

Kommunikation als Ritual und Rollenspiel

Jiří Chmelik

Schrift – Bild – Ton

Adrian Aebi, Susan Göldi, Miriam Weder (Hsg.)
Beiträge zum multimodalen Schreiben
in Bildung und professioneller Kommunikation
hep Verlag 2020

Multimodales Kommunikationsdesign in der Praxis: Kommunikation als Ritual und Rollenspiel

Jiří Chmelík

Einführung

Im folgenden Beitrag beschäftige ich mich aus der Praxisperspektive der Disziplin Kommunikationsdesign mit multimodaler Kommunikation, das heißt mit dem strategischen Einsatz der Modi Bild, Zeichen und Schrift. Die Disziplin Kommunikationsdesign durchlebt gegenwärtig eine Ära der Innovation, steht doch die gesamte Kommunikation im Umbruch der Digitalisierung. Die traditionellen kommunikativen Formate (z. B. gedruckte Broschüren) werden um die Kanäle der neuen Medien ergänzt und verändert. Neue Möglichkeiten der Portionierung und der Programmierung von Inhalten verlangen nach erweiterten Strukturen für den konzeptionellen Aufbau von Kommunikation. Um diesem Erfordernis nachzukommen, wende ich in meiner Praxis, also bei der Konzeption und der Ausarbeitung von Kommunikationsdesign, kommunikationstheoretische Ansätze aus den Disziplinen Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Ethnologie an. Multimodale kommunikative Aktion wird so als Happening über Zeit konzipiert und dargestellt.

Im ersten Teil des Beitrags möchte ich die Eigenschaften und Funktionen der Modi Bild, Zeichen und Schrift beleuchten und zeigen, wie sie durch Kommunikationsdesign in ihrer Komposition, dem Layout, als multimodale Kommunikation zusammenspielen. Der zweite Teil untersucht die Möglichkeiten der Konzeption von multimodaler kommunikativer Aktion unter Einbezug von Denkmodellen aus der Kommunikationstheorie, Soziologie und Ethnologie.

Kommunikationsdesign: Der strategische Einsatz der Modi Bild, Zeichen und Schrift im Layout

Kommunikation und Design: Manifestierte Multimodalität

Der Begriff *Design* bezeichnet sowohl einen gestalterischen Prozess als auch ein gestaltetes Resultat. Der Duden definiert *Design* entsprechend als «formgerechte und funktionale Gestaltgebung und daraus sich ergebende Form eines Gebrauchsgegenstandes» (Duden, online). Bezieht man Design auf Kommunikation, betrachtet man also die Gestaltung des Kommunikationsprozesses, dann spricht man von *Kommunikationsdesign*. Kommunikation unter dem Gesichtspunkt des Designs zu betrachten bedeutet, sich der Schnittstelle von Darstellung und Rezeption zuzuwenden. Mittels Designs werden kommunikative Inhalte sichtbar; sie erhalten eine physische Dimension, werden zu Objekten der interaktiven Aushandlung von Sinn zwischen Sender und Empfänger.

Der aus dem Prozess des Kommunikationsdesigns resultierende *Gegenstand* ist das *multimodale kommunikative Artefakt*. Das multimodale kommunikative Artefakt ist *formgerecht* in Bezug auf die Orchestrierung der Modi Bild, Zeichen und Schrift. Das sichtbare Resultat des Kommunikationsdesigns ist die *visuelle Kommunikation*. In der visuellen Kommunikation überschneiden sich ergonomische, sich auf den Sehsinn beziehende Aspekte der Wahrnehmung (z. B. Blickführung) und das Erkennen von kulturellen Konnotationen (z. B. durch Farbigkeit ausgedrückte Stimmungen). Visuelle Kommunikation richtet sich an den Sehsinn, führt den Blick und gliedert Inhalt in wahrnehmbare Einheiten wie Titel, Lead, Textblock, Bild und Legende. Die Sequenzen der Wahrnehmung dieser Einheiten bilden kommunikative Impulse, deren Deutung sich am kulturellen Archiv des Rezipienten-Gedächtnisses orientiert; die Deutung von visueller Kommunikation ist eine kulturelle Leistung.

Die Disziplin *Kommunikationsdesign* beschäftigt sich also mit der Struktur und dem Ablauf von multimodalen kommunikativen Sequenzen. Bei der Ausgestaltung eines Kommunikats werden zeitliche Ressourcen und Aufmerksamkeitsabläufe von Betrachtenden berücksichtigt. Dabei können sich Fragestellungen umkehren, Inhalt kann sich dem Rezeptionsmoment anpassen. Die formale Konzeption eines kommunikativen Auftritts zwingt einem Inhalt Deutlichkeit und Entschiedenheit auf. Design wird zur produktiven Kraft der Sinnerzeugung.

Im Folgenden stelle ich skizzenhaft dar, wie sich mir die Modi Bild, Zeichen und Schrift nach 28 Jahren praktischer Anwendung erschließen.

Spezifische Eigenschaften und Funktionen der Modi Bild, Zeichen, Schrift und ihr multimodales Zusammenspiel im Layout

Unter *Bild* verstehe ich eine visuelle Darstellung, die eine imaginäre Realität vorstellt. Mit Bildern vermag es der Mensch, eine ihn umgebende natürliche Realität abzubilden und mit dem Abbild einen Ankerpunkt für eine erweiterte, gemeinschaftliche geistige Realität zu schaffen. Dabei scheint das Bildschaffen so alt zu sein wie die Menschheit selbst. Schon in der Höhlenmalerei der Urzeit begegnen wir dem bildhaft Wiedergegebenen. Wir lehren Kinder mit Bilderbüchern den Umgang mit dem Abbild, das Erkennen einer visuellen Realität und deren Verbindung in die geistig-kulturelle Ebene der Erzählung.

Bilder laden uns zum geistigen Dialog ein. Anders als beim Lesen eines Textes, der einem formulierten Gedanken ähnlich ist und uns quasi im Kopf tönt, sind wir beim Betrachten eines Bildes nicht an eine vorgegebene Rezeptionsstruktur gebunden. Das Bild ist nicht dem Gedachten, sondern dem Erlebten ähnlich. Ein gutes Bild bietet Raum zur Verknüpfung mit persönlich Erlebtem und vermag dieses zu erweitern. In seiner Anwendung bietet das Bild eine Palette geistiger Impulse. Kompositionen solcher Impulse werden in Form von Bildreihen zu Bilderzählungen. Mit Bildern lässt sich sprechen.

Die Nähe zum Selbsterlebten macht Bilder zum attraktiven Kommunikationsmittel. Bilder bieten die Möglichkeit, das Auge auf Reise zu schicken, das Sehen ist eine Lust. Ungewöhnliche und gesteigerte Wahrnehmungen, die über reale Möglichkeiten hinausführen, fesseln die Betrachtenden. Das Bild soll etwas bieten, den hungrigen Geist befriedigen. Die Nähe zum Selbsterlebten bedeutet aber auch einen hohen Anspruch an ein Bild. Das Bild soll etwas bieten, der hungrige Geist will befriedigt werden. Die Menschen sind in einem hohen Grad auf die Wahrnehmung und kulturelle Deutung von Bildern sensibilisiert.

Unter *Zeichen* verstehe ich ein abstraktes visuelles Phänomen, dessen Deutung auf einer erlernten kulturellen Fähigkeit basiert, wie dem Lesen von Piktogrammen. Zeichen sind in ihrem Ursprung wohl menschliche Spuren: Gebrauchsspuren, Wegzeichen, Erkennungszeichen. In der vom Menschen erbauten Welt strukturieren Zeichen Verhalten (z. B. strukturiert das Verkehrsschild für Sackgasse die Fahrwege der Verkehrsteilnehmenden) und repräsentieren kulturelle Konstruktionen einer Gesellschaft. Entscheidend für den Erfolg eines Zeichens ist der Konsens über seine Bedeutung.

Zeichen haben einen Duktus. Der Duktus ist die formale Ausprägung und die materielle Machart eines Zeichens. Das abgebildete *Was* wird begleitet von einem stilistisch ausgeprägten *Wie*. Diese bildnerische Färbung des Zeichens transpor-

tiert kulturelle Konnotationen. Im Stil des Zeichens zeigt sich das Verhältnis der Zeichensetzenden zu ihrer Botschaft. Es gibt hier keine Nichtaussage; die neutrale, zurückhaltende Position wird ebenso als aussagekräftig wahrgenommen wie die exzentrische.

Schrift schließlich bildet eine Untergruppe der Zeichen und erweitert die visuelle Erscheinung um die Dimension der Sprache. Mit der Entstehung der Schrift erhält die Sprache einen Platz im visuellen Ausdruck. Lautzeichen gruppieren sich zur formulierten sprachlich wiedergegebenen Erzählung. Der Duktus der Schrift beeinflusst die abgebildete Sprache. Größenverhältnisse und Schrifttypen verleihen der Sprache eine visuelle Stimme mit Lautstärke und Stimmlagen. Komplexe sprachlich-inhaltliche Darstellungen haben die Disziplin Typografie entstehen lassen, die sich mit dem Lesefluss der Betrachtenden auseinandersetzt. Die Lesenden werden aktiv durch den typografisch aufbereiteten sprachlichen Inhalt geführt. Mittels eines typografischen Regelwerks tritt der Inhalt in Interaktion mit den Lesenden. Das suchende menschliche Auge erkennt visuelle Strukturen, Regeln und Logiken wie die Verwendung von unterschiedlichen Schrifttypen und ist fähig, sie als strukturelle Bedeutungsebene zu deuten. Die Typografie kann den Lesenden innerhalb einer Darstellung im Umgang mit dem Inhalt anlernen.

Das kommunikative Angebot des Inhalts trifft auf die Ressourcen Zeit und Aufmerksamkeit der Betrachtenden. Sitzen Betrachtende im Zug oder im Ohrensessel? Sind sie brennend oder oberflächlich interessiert? Wie lassen sie sich zum Lesen verleiten? Mit dem *Layout*, der Auslegeordnung der Modi Bild, Zeichen und Schrift, wird die Aufmerksamkeit der Betrachtenden gelenkt. Das Layout portioniert den Inhalt und bereitet ihn in Sequenzen auf. Eine Sequenz ist eine Wahrnehmungsspanne, die die Betrachtenden dem Kommunikat widmen. In dieser Wahrnehmungsspanne bildet sich Meinung – ein kommunikativer Impuls findet statt. Die erfahrenen kommunikativen Impulse werden von den Rezipierenden zu einem ästhetischen Ganzen, einer Figur, verbunden. In Abbildung 57 sind die vom Sender (schwarz) gesetzten kommunikativen Impulse als blaue Kreise dargestellt. Sie werden vom Empfänger (rot) in ihrem Zusammenspiel als imaginäre ästhetische Figur wahrgenommen (blaue Linie).

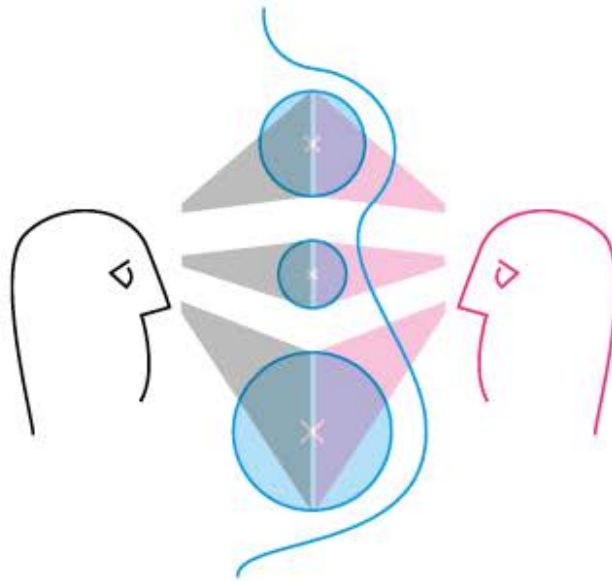


Abbildung 57: Kommunikative Impulse werden vom Empfänger als imaginäre ästhetische Figur wahrgenommen.

Diese Kommunikation ist ein lustvolles Spiel, das auf gegenseitigem Sich-darauf-Einlassen basiert. Den Rezipierenden ist es möglich, das Kommunikat strukturell zu durchschauen, zwischen den Zeilen zu lesen. So steht den Betrachtenden neben dem Inhalt immer auch die Absicht des Absenders eines Kommunikats vor Augen. Es steht ihnen frei, eine kritische Position zum Kommunizierten zu beziehen. Im Englischen spiegelt sich dieser Zustand in der Schwebelage zwischen Annahme und Ablehnung von Argumentation in der Ausdrucksweise *I see what you mean* wider.

Es ist für den Menschen eine Lust und ein Drang, menschliche Zeichen zu deuten und zu interpretieren. Kommunikation und ihre Festhaltung in Bild, Zeichen und Schrift ist die entscheidende Kulturtechnik des Menschen, die es ihm erlaubt, Wissen zu kumulieren und kulturelle Realitäten sichtbar zu machen.

Ansätze für ein erweitertes Kommunikationsdesign

Um nun die konzeptionellen Möglichkeiten des Kommunikationsdesigns zu erweitern, greife ich Modelle von Kommunikation aus den Disziplinen Kommunikationstheorie, Soziologie und Ethnologie auf: Ich betrachte Kommunikation als Ritual und Rollenspiel.

Kommunikation als Ritual

James W. Carey unterscheidet in *Communication as Culture* zwei Sichtweisen von Kommunikation: die «transmission view of communication» und die «ritual view of communication» (Carey 2009). Der «transmission view of communication» liegt das weitverbreitete Sender-Empfänger-Modell zugrunde:

It [scil. the transmission view of communication] is defined by terms such as <imparting>, <sending>, <transmitting>, or <giving information to others>. It is formed from a metaphor of geography or transportation. (Carey 2009, S. 12)

(C)ommunication is a process whereby messages are transmitted and distributed in space for the control of distance and people (Carey 2009, S. 13).

Zwischen Sender und Empfänger liegt unumgänglich das Medium als Inhaltsträger. Das Medium beeinflusst den Kommunikationsfluss zwischen Sender und Empfänger. Die physische Manifestation von Inhalt stellt einen Referenzpunkt und einen kommunikativen Impuls dar. Der kommunikative Impuls des Sendenden trifft auf die Erwartungen des Empfangenden. In dieser Sichtweise von Kommunikation verschmelzen Design und Inhalt im Medium. Kommunikationsdesign ist eine Pflichtübung für die Darstellung von Inhalt. Dem Design fällt eine vermittelnde Funktion zu, die es besser oder schlechter erfüllt.

Die folgenden Grafiken (Abbildung 58) zeigen verschiedene Dynamiken von kommunikativen Impulsen auf. Der Inhalt eines Sendenden (schwarzer Kreis) fließt in die gestalteten Gefäße eines Mediums ein (blauer Kreis). Der Inhalt wird dabei durch Kommunikationsdesign in einem kreativen Prozess den Konventionen des Mediums angepasst. Das Medium ist ein Angebot an den Empfänger (roter Kreis).

In Grafik A vermag der kommunikative Impuls des Mediums zwischen Sender und Empfängern die Erwartungen einer Zielgruppe zu erfüllen. In Grafik B erreicht ein zu schwacher kommunikativer Impuls nur einen Teil der Zielgruppe. In Grafik C übertrifft ein starker kommunikativer Impuls die Erwartungen des Zielpublikums, die kommunikative Energie des Mediums vermag es, eine erweiterte Zielgruppe anzusprechen. Und Grafik D schließlich zeigt ein Missverhältnis von kommunikativem Impuls und Wirkung bei einer Zielgruppe; das Medium ist in seinem Auftritt sozusagen peinlich *overdressed*.

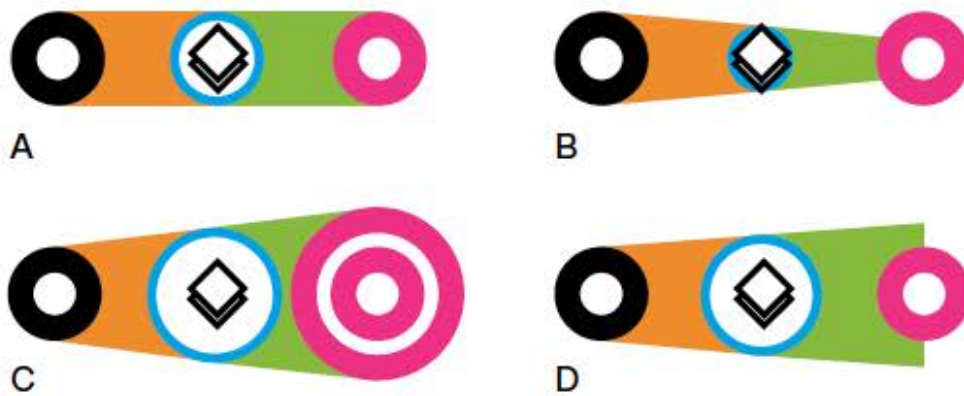


Abbildung 58: Dynamiken von kommunikativen Impulsen

In der *transmission view of communication* ist Kommunikationsdesign also bloßer Dienstleister. Eine erweiterte Rolle kommt ihm hingegen zu, wenn man Kommunikation mit Careys zweiter Sichtweise, der *ritual view of communication*, als Ritual versteht.

In a ritual definition, communication is linked to terms such as <sharing>, <participation>, <association>, <fellowship> and <the possession of a common faith>. ... A ritual view of communication is directed not toward the extension of messages in space but toward the maintenance of society in time; not the act of imparting information but the representation of shared beliefs (Carey 2009, S. 15).

Realität wird in dieser Sichtweise auf Kommunikation nicht abgebildet, sondern kreiert:

(C)ommunication is a symbolic process whereby reality is produced, maintained, repaired, and transformed (Carey 2009, S. 19).

In der *ritual view of communication* rückt das Medium ins Zentrum der gemeinsamen rituellen Verhandlung über Sinn (Abbildung 59): Es entsteht im Spannungsfeld, das sich im kommunikativen Ritual zwischen Sender (schwarz), Empfänger (rot) und dem Kreativen (blau) aufspannt; es wird zum rituellen Artefakt der Kommunikation und damit der Verhandlung von Realität. Die Arbeit am Medium provoziert die Verhandlung und die Festlegung von Sinn. Stellt man sich das kommunikative Ritual als Zeremonie vor, dann fällt dem Kommunikationsdesigner die Aufgabe der Zeremonienführung zu.

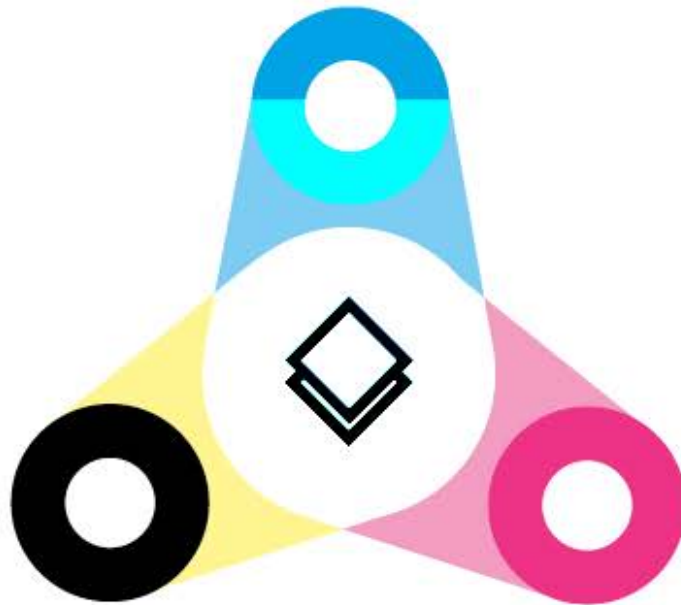


Abbildung 59: Das Medium als Mittelpunkt im Spannungsfeld des kommunikativen Rituals

Was ist nun die grundsätzliche Funktion zwischenmenschlicher Rituale? Der Soziologe Erving Goffman beschreibt in *Wir alle spielen Theater* (Goffman 2008) das Ritual als bestimmte kulturelle Handlungsform, als Anlass für zwischenmenschlichen Ausdruck und Eindruck. Den Raum zwischen Ausdruck und Eindruck bezeichnet er als *Ausstrahlung*. Goffman unterscheidet zwei Ausdrucksmöglichkeiten des Einzelnen: den Ausdruck, «den er sich selbst gibt», und den Ausdruck, «den er ausstrahlt» (Goffman 2008, S. 6). Die erste Art «umfasst Wortsymbole und ihre Substitute [...]. Die zweite Art umfasst einen weiten Bereich von Handlungen, die von den anderen als aufschlussreich für den Handelnden aufgefasst werden» (Goffman 2008, S. 6). Abbildung 60 A stellt dar, dass die kulturelle Konvention des Rituals (schwarze Linie) den Anlass gibt für den Ausdruck (schwarz) und den Eindruck (rot). Abbildung 60 B zeigt dann, wie die Ausstrahlung (weiß) zwar aus dem Ausdruck entsteht, in ihrer Ausdehnung aber begrenzt wird durch die Bereitschaft des Empfängers, sich vom Ausdruck beeindrucken zu lassen.

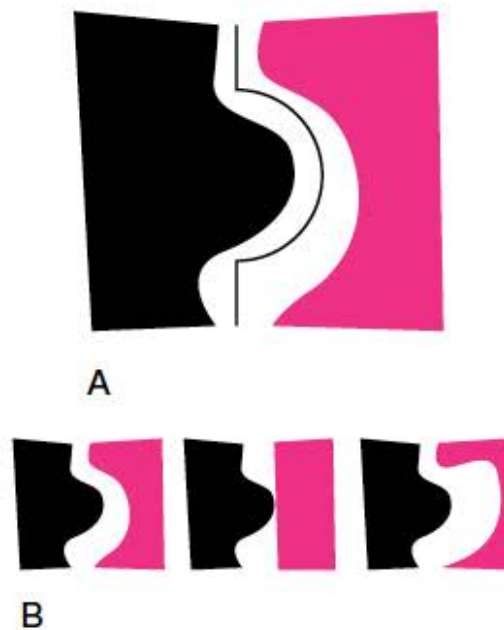


Abbildung 60: Ausdruck, Ausstrahlung und Eindruck im Ritual

Die Überlegungen Goffmans zu Ausdruck, Ausstrahlung und Eindruck sind für die Disziplin des Kommunikationsdesigns relevant, denn hier stellt sich die Frage, mit welchen Strategien sich die Ausdehnung der Ausstrahlung zwischen Ausdruck und Eindruck beeinflussen lässt.

Kommunikation als Rollenspiel

Goffman sieht im Ausdruck die Darstellung eines Rollenspiels vor Publikum. Die Darstellung funktioniert als Performance eines Ensembles von Teilrollen, die dem Publikum über Zeit vorgespielt werden. Ein Gesamteindruck entsteht aus unterschiedlichen, aufeinander abgestimmten Impulsen.

In dieser Arbeit [scil. Goffman 2008] wurde das dargestellte Selbst als eine Art von Bild, meistens ein glaubwürdiges Bild, gesehen, das durch die Bemühungen des Darstellers auf der Bühne und in seiner Rolle den anderen nahegebracht wird. Insofern man dieses Bild von dem Einzelnen gemacht und ihm somit ein Selbst zugeschrieben hat, entspringt dieses Selbst nicht seinem Besitzer, sondern der Gesamtszene seiner Handlungen, und wird von den Merkmalen lokaler Ereignisse erzeugt, die sie für Beobachter interpretierbar machen. Eine richtig inszenierte und gespielte Szene veranlasst das Publikum, der dargestellten Rolle ein Selbst zuzuschreiben, aber dieses zugeschriebene Selbst ist ein Produkt einer erfolgreichen Szene und nicht ihre Ursache. (Goffman 2008, S. 231)

Goffman beschreibt die Mechanismen von Darstellung und Rezeption von menschlicher Identität. Seine Erkenntnisse sind aber auch eine Analyse von menschlicher Wahrnehmung. Das Modell *Identität als Rollenspiel* lässt sich im Kommunikationsdesign auf faszinierende Weise anwenden. Demnach ist ein Inhalt mit kommunikativen Rollen zu inszenieren, die ein konzipiertes Spiel ermöglichen und es so schaffen, eine lebendige, glaubhafte Darstellung zu erreichen. Abbildung 61 zeigt einen kommunikativen Inhalt (links), der mit verschiedenen Kommunikationsrollen (rechts) inszeniert wird. Das konzipierte kommunikative Spiel ermöglicht eine breite Palette von Ausdrucksmöglichkeiten.

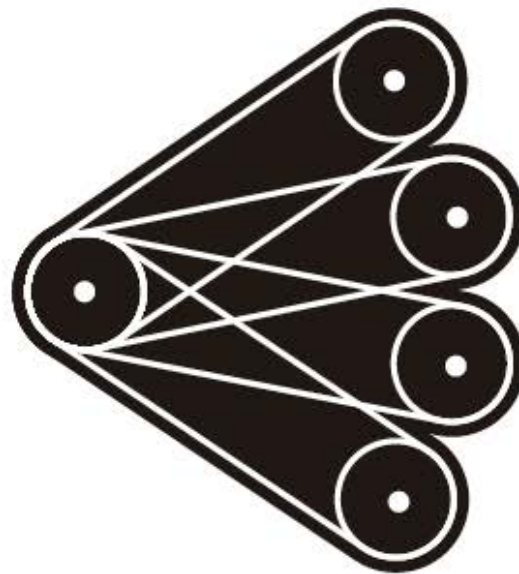


Abbildung 61: Modell Identität als Rollenspiel

In meiner konzeptionellen Designpraxis untersuche ich kommunikative Inhalte gezielt nach unterschiedlichen Eigenschaften. Im gestalterischen Instrumentarium der Modi Bild, Zeichen und Schrift finden sich bildnerische Kulturen, Traditionen und Konventionen. Mit der Bestimmung und Zuordnung von gestalterischen Instrumentarien lassen sich verschieden ausgeprägte Kommunikationsrollen und deren Zusammenspiel inszenieren.

So lassen sich beispielsweise Textformate mit formalen Eigenschaften ausrüsten, die Hinweise auf ihren Inhalt geben: Die Beschreibung eines Ausbildungskurses z. B. kann in einer Serifenschrift erscheinen, die auf seinen narrativen Inhalt hinweist, während der Lebenslauf des Kursleitenden mit der Verwendung einer serifenlosen Schrift auf den sachlichen Charakter des Textes hinweisen kann. Die Kommunikationsrollen drücken in ihrer Ausprägung von Gestalt, Charakter und Funktion die Eigenschaften des kommunikativen Inhalts aus. Diese unterschiedlichen Ausprä-

gungen werden über gestalterische Instrumentarien wie Bildgenres, Farben, grafische Elemente wie Linien und Flächen oder unterschiedliche Schriftarten inszeniert. Über Sequenzen von Darstellungen lassen sich die Kommunikationsrollen in unterschiedlicher Gewichtung formieren. Ein systemisches Regelwerk, das sich an der Darstellung des Inhalts und den Erwartungen und Ressourcen des Rezipienten orientiert, bestimmt die Spielart der Kommunikationsrollen und ihr Zusammenspiel.

Gezielt können in der Ausrüstung der Kommunikationsrollen kulturelle Konnotationen der Modi Bild, Zeichen und Schrift genutzt werden, um ein raffiniertes Narrativ zu erzeugen. Die Rezeption des so entstandenen kommunikativen Artefakts gleicht dann einer Begegnung mit einem lebendigen, dynamischen Gegenüber. Inhalt bietet sich der Rezeption in einem offenen Spiel an, deutlich und in erkennbarer Charakteristik. Deutlichkeit meint hier den klaren optischen Reiz und die kulturell-konnotative Schlüssigkeit des Ausdrucks. Resultat ist eine funktionale Ästhetik, die durch das Zusammenspiel von Form und Inhalt entstanden ist, mit einem Ensemble von starken kommunikativen Impulsen, die das Kommunikat breit aufgestellt für Rezipierende zugänglich macht.

Kommunikative Artefakte über Zeit eingesetzt: Die Timefruit

Kommunikation ist Treiber von Entwicklung und Festigung. Mit kommunikativen Maßnahmen wollen wir andere Menschen im Verständnis einer Sache beeinflussen, ihnen neue Standpunkte ermöglichen und sie darin festigen. Das Ritual führt von einem Zustand in einen nächsten, verändert und etabliert eine neue Ordnung. Der Ethnologe Victor Turner beschreibt in *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur* (Turner 2005) die Ablaufphasen eines Rituals:

In der ersten Phase (der Trennung) verweist symbolisches Verhalten auf die Lösung eines Einzelnen oder einer Gruppe von einem früheren fixierten Punkt der Sozialstruktur, von einer Reihe kultureller Bedingungen (einem «Zustand») oder von beidem gleichzeitig. In der mittleren «Schwellenphase» ist das rituelle Subjekt (der «Passierende») von Ambiguität gekennzeichnet; es durchschreitet einen kulturellen Bereich, der wenig oder keine Merkmale des vergangenen oder zukünftigen Zustands aufweist. In der dritten Phase (der Angliederung oder Wiedereingliederung) ist der Übergang vollzogen. (Turner 2005, S. 94)

Im Ritual der Kommunikation werden Inhalte verändert und neu definiert. Die wiederkehrende Beschäftigung mit einem Inhalt bildet eine Serie von Ritualen über

Zeit. Die Struktur eines Rituals mit seinem Anfang, seinem Höhepunkt und seinem Abschluss lässt sich mit dem Wachstum einer Frucht vergleichen. Auch die Lebenszyklen der Natur – Frucht, Samen, Pflanze und wieder Frucht – lassen sich als Ritual verstehen. Das Ritual hält kulturelle Struktur im Sinne einer Evolution lebendig und anpassungsfähig. Die Frucht ist als Allegorie für kommunikative Artefakte auch in Bezug auf die humane Primärwahrnehmung interessant: Eine Frucht zu entdecken, mit ihr zu interagieren und sie zu essen ist menschliches Urverhalten. Kommunikative Artefakte sollten sich wie eine attraktive Frucht wahrnehmen lassen, zu Interaktion auffordern und sich sinnlich über Zeit erschließen. Multimodale kommunikative Aktionen zu konzipieren bedeutet rituelle Erlebnisse zu kreieren und diese strategisch über Zeit einzusetzen. Ich schlage vor, das über Zeit eingesetzte kommunikative Artefakt und Zentrum der rituellen Handlung *Timefruit* zu nennen. Eine Frucht, die sich selbst verkörpert und in sich den Samen für die nächste Frucht trägt (Abbildung 62).



Abbildung 62: Das kommunikative Ritual als fruchtbarer Prozess von Veränderung: Visualisierung der Timefruit

Innovation in der multimodalen Kommunikation durch interdisziplinäre Zusammenarbeit

Im vorliegenden Beitrag habe ich gezeigt, welche Eigenschaften die Modi Bild, Zeichen und Schrift besitzen und wie sich ihr multimodales Zusammenspiel im Layout manifestiert. Auf der Suche nach Ansätzen, mit denen sich die strukturellen Möglichkeiten des multimodalen Kommunikationsdesigns erweitern lassen, habe ich das Ritual und das Rollenspiel entdeckt. Ich habe aufgezeigt, wie sich theoretische humanwissenschaftliche Ansätze in Modelle für die Konzeption von Kommunikationsdesign überführen lassen.

In der Disziplin der visuellen Kommunikation und in der Tradition der grafischen Gestaltung existiert ein reicher Erfahrungsschatz im praktischen Umgang mit Multimodalität. Die innovative Zukunft der multimodalen Kommunikation liegt in der interdisziplinären Zusammenarbeit von Humanwissenschaft, Sprachwissenschaft und Design.

Ein Beispiel eines Kommunikats mit verschiedenen Kommunikationsrollen: Die Broschüre für Casa Mondiale

Das folgende Beispiel stellt das gestalterische Instrumentarium und eine kommunikative Sequenz mit verschiedenen Kommunikationsrollen aus einer digitalen Broschüre über die Zürcher *Casa Mondiale* vor. Die *Casa Mondiale* ist ein Projekt der gemeinnützigen Stiftung *Ponte Projektfonds*, das wir mit unserer Agentur *Noir Associates* kommunikativ entwickelt haben und weiterführend begleiten. Die in Abbildung 64 dargestellte multimodale kommunikative Sequenz zeigt einen Ausschnitt aus der Kommunikation zur Eröffnung der *Casa Mondiale*.

Gestalterisches Instrumentarium (vgl. Abbildung 63):

Im Schriftzug *Casa Mondiale* zeigt sich die Vielseitigkeit des Projekts in Form einer eigenen visuellen Schriftsprache, die in den weiteren Schriftzügen des Projekts (Seebähni, Scaletta und Sala) ihre Fortführung findet. Die weiteren Elemente des gestalterischen Instrumentariums sind die Schriften (eine serifenlose Groteskschrift und eine Antiqua mit Serifen im normalen und im kursiven Schnitt), die Form, die Farbe und ein identitätsprägendes Bildelement (ein Teil einer stark vergrößerter Vogelfeder).

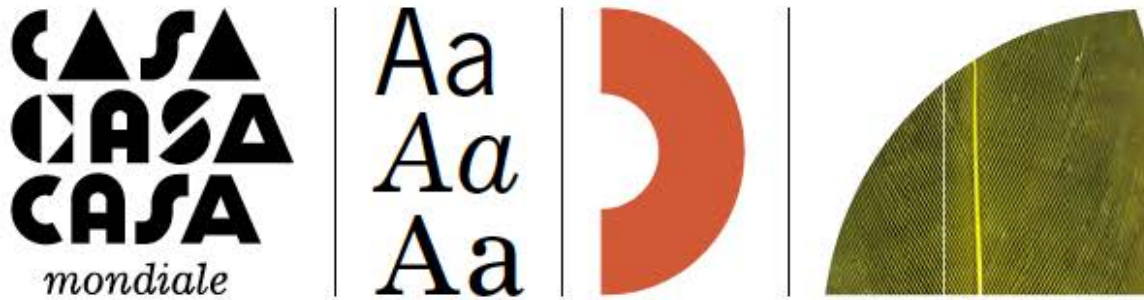


Abbildung 63: Gestalterisches Instrumentarium der *Casa Mondiale*

Kommunikative Sequenz mit unterschiedlichen Kommunikationsrollen (vgl. Abbildung 64):

Die formalen Elemente werden in unterschiedlichen Gewichtungen und Ausprägungen angewendet, die den Kommunikationsrollen des Projekts entsprechen. Die Identität der *Casa Mondiale* ergibt sich aus dem Zusammenspiel der verschiedenen Ausprägungen.

Die erste Reihe zeigt eine ungeordnete, spielerische Anwendung der Elemente, die auf das Eröffnungsfest hinweisen. In Schwarz und Weiß gehaltene Bildelemente werden von Formen überdrückt, die Ästhetik lehnt an die günstige Machart von kopierten Flyern aus der Ära des Punks an.

In der zweiten Reihe zeigt sich die *Casa Mondiale* als agierende Stiftung, die eine denkmalgeschützte Immobilie renoviert hat, Wohnungen im sozialen ausgleichenden Modell vermietet und eine Kleinbühne für die Öffentlichkeit zur Verfügung stellt. Die Ernsthaftigkeit des städtebaulichen Anspruchs wird unterstrichen durch eine ruhige, auf einem Raster basierenden Anordnung von Text und Bild.

In der dritten Reihe werden das Restaurant Seebähnli und der Konferenzraum Sala beworben. Verschiedene Bildebenen sind hier frei ineinander collagiert, die Lebendigkeit des Layouts entspricht hier dem gastronomischen Angebot.

Die vierte Reihe weist auf die Veranstaltungsreihe *Casa Mondiale* hin, hier zeigt sich der gesellschaftliche Anspruch des Projekts. Die Elemente werden hier dem öffentlichkeitswirksamen Anspruch entsprechend plakativ und groß eingesetzt; Inhalte werden kurz und knapp formuliert.



Abb. 64: Kommunikative Sequenz: die Anwendung eines systemischen Regelwerks, basierend auf dem Rollenspiel von Kommunikationsrollen

Literatur

- Carey, J. W. (2009). *Communication as Culture*. New York, London: Routledge.
- Duden (online). Design. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Design>
- Goffman, E. (2008). *Wir alle spielen Theater*. München, Zürich: Piper.
- Turner, V. (2005). *Das Ritual. Struktur und Anti-Struktur*. Frankfurt, New York: Campus.



Adrian Aebi, Susan Göldi, Mirjam Weder (Hrsg.)

Bild – Schrift – Ton

ISBN Print: 978-3-0355-1615-9

ISBN E-Book: 978-3-0355-1616-6

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage 2020

Alle Rechte vorbehalten

© 2020 hep Verlag AG, Bern

hep-verlag.com

Noir Associates
Feldstrasse 60
8004 Zürich

©2022

WEB