ein kurzer Einblick in die

Theorie der Produktsprache

basierend auf einer Arbeit
von Jochen Gros (Offenbach)

Warum »Theorie der Produktsprache«?

- nur was bekannt ist, kann benannt werden,
- nur was benannt werden kann,
  kann kommuniziert werden,
- nur was kommuniziert werden kann,
  kann (sinnvoll ...) begründet werden.

Einsatz der Theorie

- als analytisches Instrument sinnvoll

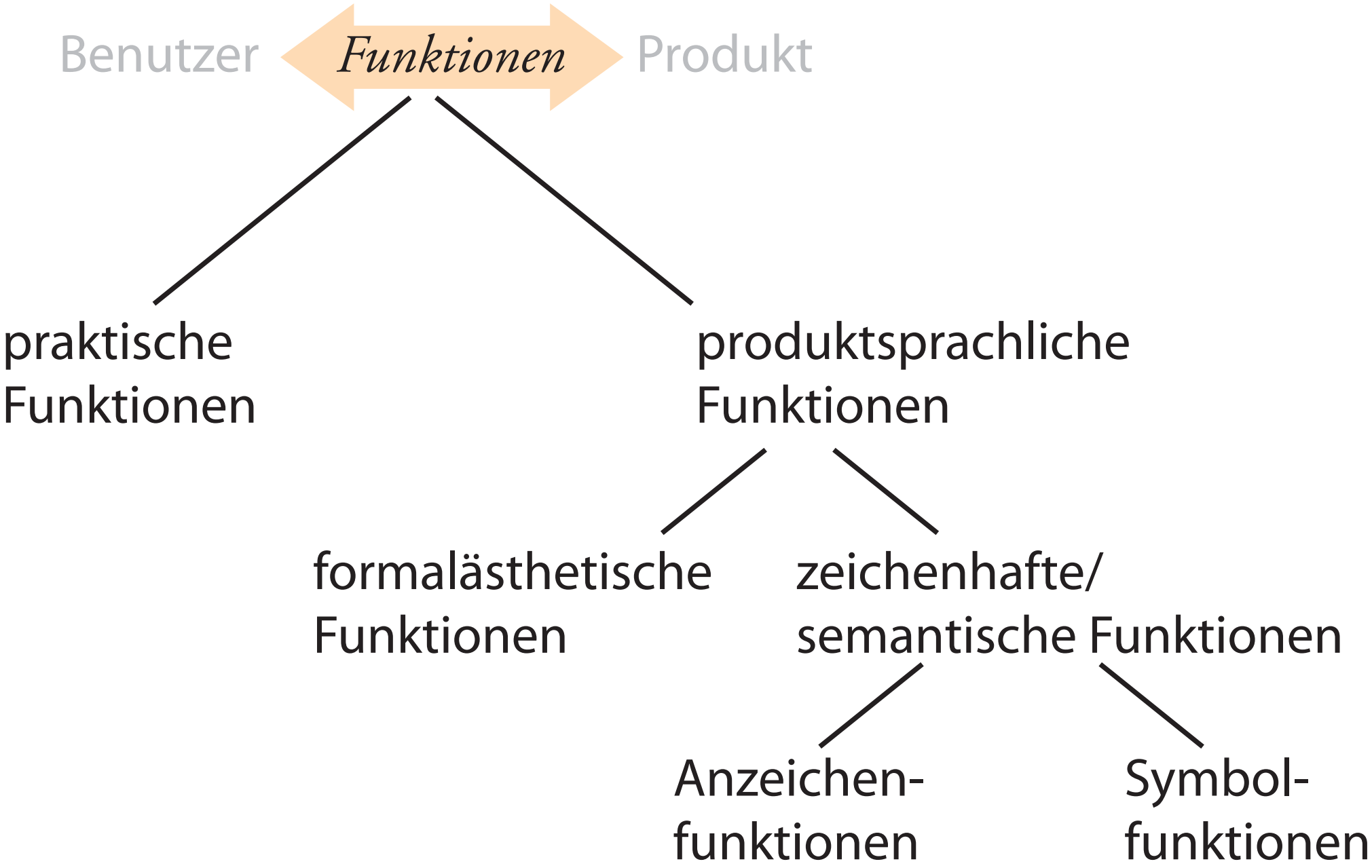
– *aber:*

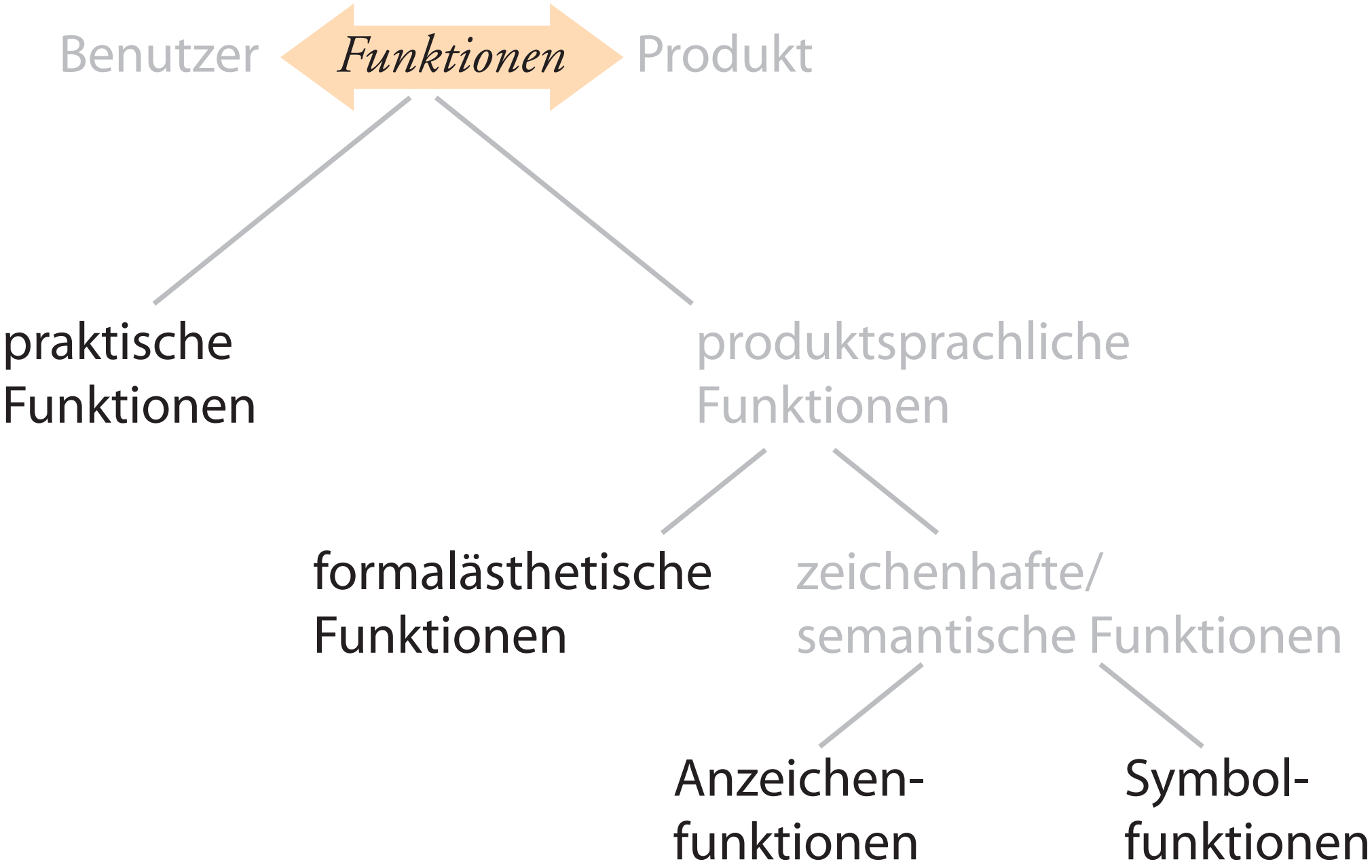
- rationaler Zugang ersetzt nicht gestalterische Kompetenz,
- schlechte Entwürfe werden durch umfangreiche Begründungen nicht besser.

Bereich der Theorie

Bei der Diskussion um Produktsemantik geht es um sinnliche Funktionen, also um sinnliche Wahrnehmungen und deren Wirkung auf den Betrachter.

Benutzer ⟷ *Funktionen* ⟷ Produkt


Benutzer
Funktionen
Produkt
praktische Funktionen
produktsprachliche Funktionen
formalästhetische Funktionen
zeichenhafte/ semantische Funktionen
Anzeichen-funktionen
Symbol-funktionen


Benutzer
Funktionen
Produkt
praktische Funktionen
produktsprachliche Funktionen
formalästhetische Funktionen
zeichenhafte/ semantische Funktionen
Anzeichen-funktionen
Symbol-funktionen

praktische Funktionen

Pragmatisch-praktisch

- Stuhl zum Sitzen,
- Auto zum Fahren,
- Topf zum Kochen.

formalästhetische Funktionen

»Gestalt«: Struktur, Form, Farbe, ...

- einfach – komplex, vielfältig
- geschlossen – offen
- einheitlich – unterschiedlich
- symmetrisch – asymmetrisch
- klar, deutlich – undeutlich
- im Raster – Freiform
- statisch – bewegt
- bekannt – neu

Anzeichen-funktionen

»Hier drücken«

- Hinweis auf praktische Funktionen/Gebrauch:

  großes Display + Tastatur: Handy,

  kleines Display + Tastatur: Taschenrechner;
- Verständlichkeit der Bedienung oder des Umgangs:

  Drehknopf zeigt Drehrichtung,

  ausgeformte Fingerkuhlen als Handgriff,

  Taste knackt als Quittung.

Symbol-funktionen

Bedeutungen im Kontext

Bedeutungen und Vorstellungen, die mit einem Produkt verbunden werden

Gold, hohe Stuhllehne, Harley fahren

Symbole benötigen einen bestimmten Kontext, sind immer subjektiv.

Drei-Tage-Bart kann für einen Designer, einen Ölscheich oder Obdachlosen stehen.

... noch Fragen?

Das will ich genauer wissen:

Dagmar Steffen u.a.:
Design als Produktsprache
Der »Offenbacher Ansatz« in Theorie und Praxis
Verlag form GmbH, Frankfurt/Main 2000
25,00 Euro

(mehrfach in der Bibliothek vorhanden)