

Mehr als tausend Worte

**EIGENTLICH SOLLTE RABAN RUDDIGKEIT AN DIESER STELLE SEIN LIEBLINGSALPHABET
VORSTELLEN. DOCH ER HAT SICH DAGEGEN ENTSCHEIDEN.**

Mein Lieblingsalphabet ist kein Alphabet. Denn mein Lieblingsalphabet besteht aus – Bildern. Aus Zeichen, Icons und Logos, die im Siegeszug der neuen Medien immer mehr die Welt und unsere Wahrnehmung derselben beeinflussen. Dass es sich hierbei keineswegs um eine lineare Entwicklung handelt, wird spätestens dann deutlich, wenn man sich vergegenwärtigt, wo Buchstaben ursprünglich herkommen.

Sie sind (die asiatischen Zeichen machen das möglicherweise am sichtbarsten) Bilder, die zu Kürzeln wurden. So stammt unser lateinisches A wissenschaftlichen Erkenntnissen nach höchstwahrscheinlich von der Zeichnung eines Hauses ab. Und wenn wir heute einen nach oben gerichteten Daumen sehen, denken wir nicht ohne Grund vor allem an das Wort like. Während wiederum ein ausgestreckter Mittelfinger eher das andere Ende von Mögen beschreibt.

Handyoberflächen und Web-Navigationen sind nur ein Trend, der Zeichen immer selbstverständlicher werden lässt. Der andere hängt damit zusammen und ist doch noch wesentlich bedeutsamer und in seiner Dimension noch nicht einmal wirklich absehbar. Denn die Globalisierung zwingt nicht nur die Wirtschaft, sondern auch immer mehr Individuen zu formalen Lösungen, die auch und im besten Falle sogar stärker als das klassische Wort zu kommunizieren in der Lage sind.

Images (you name it!) begleiten neben Politikern, Popstars und Sportlern auch immer mehr Medien, Kulturformen und Menschen. Wir steuern das Bild von uns auf Facebook genauso wie mit dem Screensafer unseres iPhones. Die Tags an den Mauern der Welt verewigen die Inbesitznahme des öffentlichen Raums und ein Victoryzeichen kann auch mal das genaue Gegenteil auslösen von dem, was man als Bankchef eigentlich mitteilen wollte.

Ein Prozess, der mit dem Branden von amerikanischen Rindern begann, mit Zeichen für Flughäfen und Straßenverkehr dynamischer wurde und dessen Ende noch lange nicht in Sicht ist. Und vor allem ein Prozess, an dem wir uns als Designer tatsächlich noch intensiv beteiligen können.

»WORDS SEPARATE, PICTURES UNITE«
OTTO NEURATH, 1882–1945

Als sich der Wissenschaftler Otto Neurath in den dreißiger Jahren des vergangenen Jahrhunderts daran machte, gemeinsam mit dem Grafiker Gert Arntz eine erste Zeichensprache zu entwickeln, war noch keineswegs absehbar, welcher richtigen Weg er – im Vergleich zum ebenfalls erfolgten Versuch einer Weltsprache, die sich Esperanto nannte – eröffnete. Wenn man sich ihre Arbeiten aus

dieser Zeit anschaut, werden einem die Vorbilder für die Warnsignale auf zeitgenössischem Packaging ebenso klar, wie die Signets von olympischen Sportarten, die erst Jahrzehnte später entstanden.

Doch das dabei entstandene System Isotype war noch deutlich mehr, denn es sollte auch zur visuellen Erziehung an Schulen dienen und dabei auch durchaus verworrene Zusammenhänge in eine leicht erkennbare und genaue Form bringen. Doch die Zeiten waren noch verworrener und so verkümmerte vorerst dieser Ansatz.

Heute befinden wir uns auf diesem Weg noch immer am Anfang, wenn man insbesondere das erste wirklich globale Medium betrachtet. Im Internet werden die Trends geboren und in einem Tempo in die Umlaufbahn geschossen, das einen manchmal schwindeln lässt. Und die dennoch für einen Qualitätswettbewerb sorgt, den es in dieser Offenheit und Ehrlichkeit wohl noch nicht gegeben hat.

Was wir dabei erfahren, hat vor allem zwei Gesichter. Wir sind alle anders, kommen aus unterschiedlichen, hochkomplexen und hochindividualisierten Zusammenhängen und haben es deshalb nicht immer leicht, das was mir meinen auch fehlerfrei zu kommunizieren. Die zweite Wahrheit ist noch viel komplizierter.

Wir sind alle gleich. Tränen bringen uns zum Weinen und ein Smiley kann die ganze Welt beglücken. Diese nur scheinbar einfachen Gefühle sind oft die Rahmenhandlung für jede vertiefende Kommunikation. Neuromarketing, Farbpsychologie und das Verwenden von »coolen« Codes spielen dabei eine immer stärker werdende Rolle.

Gerade deshalb vermisst man besonders in der Semiotik vergleichbar tiefere Erfahrungen oder gar Erkenntnisse. Noch immer geben Allgemeinplätze und geschmäckerliche Urteile vor, wie Zeichensprache entwickelt und eingesetzt wird.

So sorgt man für eine verhältnismäßig banale und undifferenzierte Ausbeute bei Logos und Systemen. Die Ergebnisse des Wettbewerbs um ein weltweites Zeichen für die Menschenrechte haben das nur bestätigt.

»DAS LOGO = DAS WORT, DAS ZUR TAT WIRD«
GRAFFITI IN BERLIN

Denn es gibt einen deutlichen Unterschied zwischen simpel und banal. Und tatsächlich noch genügend freier Raum, in dem es sich zu suchen und zu arbeiten lohnt. Ein »Bild« kann vielleicht verdeut-

lichen, wohin sich die Parameter entwickeln könnten. Nachdem französische Wissenschaftler erforscht haben, mit wie viel englischen Begriffen Nichtengländer in Gesprächen kommunizieren, kam man auf die ernüchternde Zahl von 2.000.

Dieses scheinbar überschaubare Vokabular (ein Realschüler verwendet das Zehnfache) reicht dennoch, um alle Aktionen vom Geschäftsabschluss bis zum Small Talk über so etwas Seltsames wie Damien Hirst zustande zu kriegen. Die Sprache nannten die Wissenschaftler Globish, und sie ist natürlich nur der Bausatz, aus dem sich durchaus komplexe Zusammenhänge entspinnen können. Und sie ist damit so etwas wie ein Alphabet, aus dem man unterschiedlichste Thesen und Theorien vermitteln kann, die dann weltweit verstanden werden.

Wie würde eine vergleichbare »Lingua Pictoralis« aussehen? Vieles liegt sicherlich sehr nahe und man kann sich die Wissenschaftler vorstellen, die bei Blitz und Totenkopf noch einer Meinung sind, sich aber spätestens beim Sonnenrad heftig in die Haare kriegen. Denn es handelt sich ja um Symbole und Gleichungen, die auch noch einer Moral unterworfen sind, die ein Alphabet in seiner Grundform so natürlich kaum kennt (wenn man mal von der Fraktur absieht, die eine Menge Unterstützer brauchte, bis sie wieder salonfähig war).

Meiner Meinung nach würden sich jedoch vor allem Lücken auftun, die weniger wirtschaftliche Bereiche wie Kultur, Wissenschaft und Soziales betreffen. Ein knuffiges Herzchen allein ist da ja noch längst keine eigenständige Lösung für alles.

»EIN EXTREM GROSSER TEIL UNSERER ERFAHRUNGEN ALS ERWACHSENER KANN NICHT IN WORTEN AUSGEDRÜCKT WERDEN.«

ALFRED NORTH WHITEHEAD, 1861-1947

Erstaunlich ist in diesem Zusammenhang auch das Tempo, in dem sich in den vergangenen Tausenden von Jahren unsere Schrift entwickelt hat und es heute noch immer tut. Und wie wenig Facetten dagegen unsere Zeichen- und Symbolsprache aufweist. Wenn man allein die Entwicklung der Typografie betrachtet, die nahezu stündlich neue, verbesserte und ganz nebenbei wunder-schöne Produkte auf den Markt wirft, ist die Evolution der Zeichen und Signets scheinbar stehen geblieben.

Und es ist mal wieder interessant, zu wie viel Konzentration es auch hier zu Beginn des 20. Jahrhunderts gekommen ist und wie vergleichsweise wenig in der Zwischenzeit geschehen ist. Nicht nur der Mercedes-Stern und das VW-Signet entstanden in dieser energiereichen Epoche. Man kann sich jedoch darauf verlassen, dass die neuesten Technologien diese Entwicklung in einem Maße wieder beschleunigen werden, das noch gar nicht detailliert abschätzbar ist.

Gehen wir einfach nur von einer weiteren Digitalisierung des Vertriebs aus, so werden bald zu jedem neuen Song, Buch und Spiel eigene Icons entwickelt werden, denn die Bühne für diese Stücke ist der Bildschirm, der immer kleiner wird und irgendwann mit dem Handy verschmelzen wird. Eine Oberfläche, die dann zu klein wird und zu unübersichtlich, um auf die Klarheit und Kraft von Zeichen zu verzichten. Und die global funktionieren sollte, weil sie durch alleinige Textsteuerung ganze Majoritäten ignorieren würde. Natürlich gibt es viele Pioniere, die dabei schon viel leisten und das Ganze qualitativ vorantreiben. Doch es gibt noch viel mehr offene Felder, die beackert werden müssen. Wenn man sich allein die Marken für Städte, Regionen oder Länder anschaut, fällt es einem schwer zu glauben, dass wir uns tatsächlich im dritten Jahrtausend befinden.

Die Entwicklung in anderen Bereichen des Designs zeigen spannende Wege auf. An den Schnittstellen von Grafik, Typografie und Illustration sind interdisziplinäre Konzepte und Lösungen vorstellbar, die vielleicht zu mehr führen als dem zwölftausendsten Rad am Wagen oder dem zweihunderttausendsten Druckereilogo, das aus den Farben CMYK besteht.

Und ein weiterer Baustein wird helfen, im wahrsten Sinne des Wortes Bewegung in die Signets zu bringen. Animationen sind nicht nur für Displays und Bildschirme geeignet, sondern auch immer mehr für digitale Werbeträger in Schaufenstern, Bahnhöfen und später im ganzen urbanen Umfeld. Denn tatsächlich sind es die bisweilen bizarren Zeichensprachen, die in Science-Fiction die Kommunikation bestimmen und uns dabei überaus faszinieren. Es ist nun an der Zeit, sie auch wirklich zu erfinden.

*Von Raban Ruddigkeit,
erschieden im Jahrbuch der Berliner Type*