

Gestalt und Gestaltung - Ultimative Gesetze für eine garantiert gute Gestaltung?

von Professor Franz Tomaschowski, MEDIADESIGN Hochschule

Etwas zu gestalten ist immer ein Wagnis, ein Abenteuer. Wie wird das Ergebnis aussehen? Und vor allem: Ist das Ergebnis hervorragend? Oder ist es zumindestens gut gestaltet. An dieser Stelle wird häufig der Ruf nach Gesetzen laut. Nach welchen Kriterien, nach welchen Regeln soll oder muss Gestaltung entwickelt werden? Welche Gesetze garantieren in jedem Fall eine gelungene Gestaltung?

In der Fachliteratur, in Tutorials und auch in Internetforen werden entsprechende Gestalt- oder Gestaltungsgesetze aufgeführt. Wenn diese dann exakt befolgt werden, so die Verheißung, entsteht automatisch ein gut gestaltetes Produkt. Kreative dagegen lehnen solche oder andere Gesetze entschieden ab. Sie sind der Überzeugung, dass die Mindestvoraussetzung für visuelles Gestalten aus einem größtmöglichen Freiraum besteht. Jegliche Art von Begrenzung würde sofort Kreativität unterbinden.

Welchen Stellenwert haben Gestaltungsgesetze für das visuelle Entwerfen und Gestalten?
Was verbirgt sich hinter diesen Gesetzen?

Die Grundlage der Gestalttheorie

Um der Sache auf den Grund zu gehen, schauen wir uns zunächst einmal an, wie die Gestaltgesetze entstanden sind. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts entstand eine neue Richtung in der Psychologie: zwischen 1910 und 1914 erarbeitete Max Wertheimer mit Wolfgang Köhler und Kurt Koffka die Grundlagen der Gestalttheorie. Sie entwickelten die Gedanken und Theorien des Philosophen Christian von Ehrenfels weiter. In dieser Zeit führten sie auch die entsprechenden Untersuchungen und Experimente durch.

Die Grundlage für die Gestaltgesetze bildet die „Gestalt“. Die Gestalt ist ein Ganzes, welches über die Eigenschaften der Übersummativität und der Transponierbarkeit verfügt.

Die Übersummativität hat schon Aristoteles beschrieben: Die Summe ist mehr als die Einzelteile. Max Wertheimer führt diesen Aspekt wie folgt weiter: „Die Grundfrage, von der wir ganz simpel und ganz klar, ganz streng immer handeln wollen, ist diese: Bestimmt sich ein Teil sinnvoll von innen, von seinem Ganzen, von der Struktur des Ganzen her oder geschieht mechanisch, stückhaft, zufällig, blind, das, was im Ganzen geschieht auf Grund der summierten Geschehnisse im einzelnen Stück? Das geschieht in der Physik oft, in erster Linie dann, wenn ich mehrere Maschinen aneinander koppelte, das heißt, wenn ich menschlich gemachte Physik treibe.“ (1) Max Wertheimer untersuchte nach welchen Regeln sich die Einzelteile sinnvoll zu einer ganzen Gestalt zusammenfügen. Er setzte voraus, dass jedes einzelne Stück bestrebt ist, positiv das Ganze zu bilden. Mit diesem Ansatz regte er viele Psychologen und Künstler an, ihre eigenen Theorien zu entwickeln.

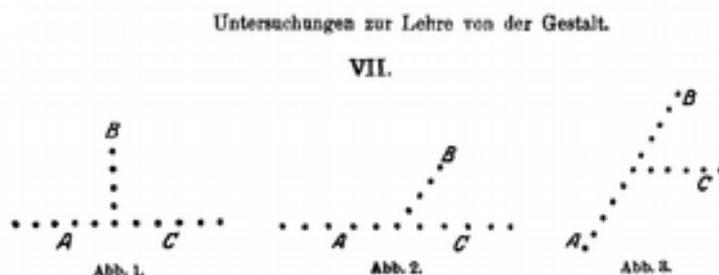
Das zweite Kriterium der Gestaltgesetze ist die „Transponierbarkeit.“ Einzelteile können ähnlich wie Musiknoten

übertragbar sein. Eine einzelne Noten beschreibt lediglich einen Ton. Erst in Verbindung mit anderen Noten ergibt sich die Melodie. Noten beschreiben also die Melodie. Diese kann auf verschiedenen Instrumenten gespielt werden oder in andere Tonarten übertragen werden. „Es ergibt sich immer das gleiche Lied. Eine Gestalt ändert sich nicht, wenn deren Teile um ein und denselben Betrag "transponiert" werden.“ (Guerino Mazzola und Oliver Zahorka (14).

Durch eine ausgesprochen naturwissenschaftliche Herangehensweise versucht Max Wertheimer allgemeingültige Aussagen zu treffen. Sein Anspruch ist es, dass die von ihm gemachten Beobachtungen sich immer und überall wiederholen lassen. Um diese Bedingung zu erfüllen und möglichst alle störenden Einflüsse auszuschließen, beschränkt sich Max Wertheimer in seinen Versuchen auf äußerst einfache geometrische Formen: Kreis, Rechteck, Quadrat.

Aus seinen umfangreichen Beobachtungen leitet er Erkenntnisse ab, diese beschreibt er dann wissenschaftlich, um daraus die Gestaltgesetze abzuleiten.

Als Beispiel für seine Arbeitsweise hier ein Auszug aus der Veröffentlichung „Untersuchung zur Lehre von der Gestalt II“ (2) von 1923, die Entwicklung des Gesetzes der Nähe:



23. Würde man hinsichtlich des Gesetzes der Nähe *alle einzelnen Punktabstände* (hinsichtlich jedes einzelnen Punktes) in Rechnung setzen, so ergäbe sich bei Abb. 1 theoretisch dieses: die Punkte der linken Hälfte der Horizontallinie (Gruppe A) haben jedenfalls kleineren Abstand zu den Punkten der Vertikallinie (B) als zu denen der rechten Hälfte der Horizontallinie (C); ebenso haben die Punkte von C geometrisch kleinere Abstände zu denen von B als zu denen von A. In der Regel resultiert aber „eine Gerade, auf der eine Vertikale steht“, also gewissermaßen $|AC|/B$. In Abb. 1 liegt es theoretisch nicht ganz einfach: $|AB|$ und $|BC|$ wären hinsichtlich der Punktabstände gleichermaßen begünstigt gegenüber $|AB|$; bei Abb. 2 ist aber zweifellos $|BC|$ im obigen Sinn begünstigt, sowohl gegenüber $|AC|$ als gegenüber $|AB|$; trotzdem resultiert im Spontanversuch in der Regel nicht $A, |BC|$, sondern $|AC|, B$ — „Horizontale mit Schrägstrich“.

Ähnlich ist bei Figur 3 (BC) begünstigt, es entsteht aber typisch (AB), C — „die schräge Gerade mit der kurzen Horizontalen“.

Die Gestaltgesetze

Max Wertheimer versucht in all seinen Untersuchungen das Zusammenspiel der Einzelteile zu erkennen und zu beschreiben. Wie und nach welchen Regeln entsteht die Gestalt?

Die folgende Gestaltgesetze (3) sind die Ergebnisse aus heutiger Sicht:

- Das Gesetz der guten Gestalt (.. der Einfachheit oder Prägnanzgesetz)
- Das Gesetz der Nähe
- Das Gesetz der Ähnlichkeit
- Das Gesetz der Geschlossenheit
- Das Gesetz der Erfahrung
- Das Gesetz der guten Fortsetzung (.. der durchgehenden Linie)

- Das Gesetz des gemeinsamen Schicksals

Die Gestaltgesetze existieren inzwischen in verschiedenen Formulierungen und in einer unterschiedlichen Anzahl. Im Laufe der Zeit kam es zu Weiterentwicklungen und Differenzierungen unter anderen durch Fritz Perls (entwickelte die Gestaltpsychologie), Wolfgang Metzger (Gestaltpsychologe Berliner Schule), Stefan Palmer (MIT, Cambridge (USA)) oder durch Wolf Singer (Neurophysiologe).

Das Gesetz für Gesetze

Vor allem diejenigen, die sich mit Gestaltung auseinandersetzen müssen, aber keine professionellen Designer sind, sind in Gestaltungsprozessen oder in der Beurteilung von Design oft unsicher. Hilfreich für sie wären eindeutige Regeln, die als Vorgabe eine halbwegs sinnvolle Gestaltung garantieren. Ein Gesetz kommt da sehr gelegen. Ein Gesetz, nach dem die Qualität von Gestaltprodukten unmissverständlich und eindeutig bewertet und beurteilt werden kann. Ein Gesetz zum Entwickeln von gutem Design.

Ein Experiment:

Stellen Sie sich vor, Sie designen ein „Ganzes“ (z. B. eine Einladungskarte, ein WEB-Portal oder eine Zeitschrift) und wollen ein ganz bestimmtes Gestaltgesetz anwenden. Sie überlegen sich die ersten Entwürfe und achten darauf, dass Sie das Gesetz richtig einhalten. Sie beenden Ihre Arbeit. Aber was ist passiert? – Das Ergebnis wirkt so katastrophal schlecht, so dass Sie es gar nicht fassen können. Obwohl sie alles exakt so durchgeführt haben, wie es das Gesetz vorschreibt.

An dieser Stelle offenbart sich das wohl größte Missverständnis der Gestaltgesetze:

Für den Begriff Gesetz existieren zwei unterschiedliche Bedeutungen:

Das Gesetz im Sinne einer Rechtsprechung

- Ein Gesetz ist hierbei im eigentlichen Sinn des Wortes eine Festlegung von Regeln. Daher bezeichnet man den Gesetzgebungsvorgang auch als Rechtsprechung (4)

Das naturwissenschaftliche Gesetz im Sinne einer Gesetzmäßigkeit

- Physikalische Gesetze formulieren Veränderungszusammenhänge: Sie beschreiben also, wie eine Ausgangssituation durch eine Verlaufsfunktion in eine Endsituation verändert wird. (4)

Schon Wolfgang Metzger beklagt in seinem Schlusswort des Buches "Gesetze des Sehens" (5), dass sogar Naturwissenschaftler in den Gestaltgesetzen fälschlicherweise eine feststehende Regel erwarten.

Die Gestaltgesetze sind Beschreibungen von Zusammenhängen und Verläufen, sie zeigen einen Trend an.

Gestalt oder Gestaltung

Eine weiteres Missverständnis besteht darin, dass Gestalt mit Gestaltung gleichgesetzt wird. Mit dem Begriff Gestalt (griech. morphé) ist die äußere Hülle, der Umriss, die Form bzw. die Erscheinung von Gegenständen und Lebewesen (4) gemeint. Dies ist lediglich ein Teil von Gestaltung.

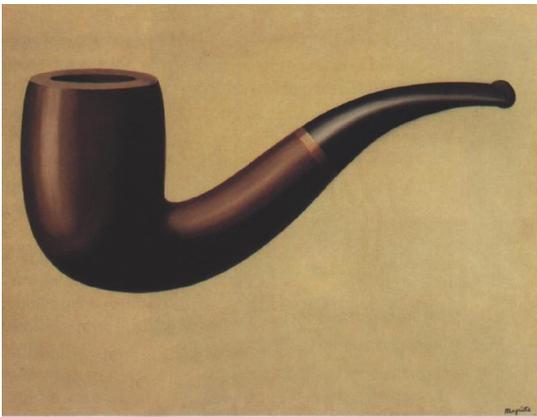
Der Begriff Gestaltung beinhaltet aber noch mehr. „Die Gestaltung ist (...) ein Akt der Formgebung, bei welchem ein

Objekt oder ein Gedankengut erstellt, modifiziert oder entwickelt wird und dadurch ein bestimmtes Erscheinungsbild annimmt oder verliehen bekommt. Damit wird klar: Die Gestaltung ist (...) mit einem Zweck verbunden, also zweckorientiert.“ (7). Die beschriebenen übergeordneten Merkmale sind in jedem gestalteten Objekt enthalten. Sie rufen weitere Reaktionen und Empfindungen beim Betrachter hervor.

Das Ganze als Gestalt (Definition des Ganzen)

Max Wertheimer hat großes Augenmerk auf das Zusammenwirken der Einzelteile (Stücke) und über die Organisation der Gestalt (Ganze) gelegt. Was aber genau das Ganze ist, hat er nicht naturwissenschaftlich exakt definiert.

Max Wertheimer und die Psychologen, die sich mit Visueller Kommunikation oder Wahrnehmung auseinandersetzen, benutzen stark abstrahierte Formen in ihren Untersuchungen. Damit soll gewährleistet werden, dass die Ergebnisse sich in andere Gegebenheiten übertragen lassen (Transponierbarkeit). Ein Bild, Foto oder Gemälde ist im Gegensatz zu einer abstrakten geometrischen Grundform wesentlich komplexer. Die Wahrnehmung wird auch ebenso vielschichtiger: In der Betrachtung von Bildern können beispielsweise Gefühle ausgelöst werden, es kann zum Nachdenken angeregt werden, oder es können Reaktionen wie Lachen oder Entrüstung entstehen.



Montage nach René Magritte's "La Trahison des Images" ("Verrat der Bilder") (1928-1929) (8)

Der Maler René Magritte wies auf den Umstand hin, dass seine Bilder lediglich farbige Leinwände sind. Betrachtet man nun die bemahlte Leinwand, so fügen sich die Farben zu Formen zusammen. Aus den unterschiedlichen Formen setzt sich dann die Abbildung (Gestalt) zusammen. Diese wird aber häufig mit ihrer realen Entsprechung verwechselt. Eine gemalte Pfeife kann aber nicht geraucht werden, die Abbildung stellt eine optische Illusion des Realen dar.

In der obigen Abbildung wirkt die Pfeife so als ob sie schweben würde. Wird in dieser Abbildung nur eine Kleinigkeit verändert, so entsteht unter Umständen ein völlig neuer Eindruck. In dem Moment, in dem René Magritte die Wörter „Das ist keine Pfeife“ auf sein Bild schreibt, verändert sich die Aussage des Bildes sehr radikal. Der Betrachter wird nun zum Nachdenken angeregt; er versucht den scheinbaren Gegensatz zwischen der Illustration und dem Text zu ergründen.



Rene Magritte's "La Trahison des Images" ("Verrat der Bilder") (1928-1929) (9)

Erkennen einer Gestalt

Wenden wir uns einer komplexeren Gestalt zu. Es stellt sich die Frage der Eindeutigkeit. Folgendes Phänomen lässt sich beobachten:

Schauen Sie sich dazu die folgende Abbildung (6) an:



Was erkennen Sie?

Sollten sie zu denjenigen gehören, die wissen, was der Bildinhalt darstellt, dann sehen Sie zielgerichtet die gewünschte Gestalt und nur diese! In Seminaren sind immer mal wieder einige Studenten, die dieses Bild noch nicht kennen. Diese Studenten schauen sich das Bild unvoreingenommen an. Beim Versuch der Deutung vergleichen die Studenten alle ihre inneren Bilder mit den schwarz - weißen Flecken. Wir können es nicht akzeptieren, dass ein Bild keine Gestalt hat. Dieser Prozess verläuft sehr schnell. Nach wenigen Zehntel Sekunden wird eine Gestalt erkannt und das gesehene Bild kann benannt werden: Häufig wird ein Gesicht, eine Landschaft, ein Schwein, ein Stierkopf oder auch ein Dalmatinerhund erkannt. Ebenso kann das Bild auch als abstrakte Fläche wahrgenommen werden, in der keine Gegenstände zu erkennen sind.

Je länger nun das Bild betrachtet wird, desto deutlicher wird die gesehene Gestalt wahrgenommen. Nach einiger Zeit entsteht häufig der Eindruck, dass die Abbildung niemals einen anderen Objekt als das von uns Gesehene darstellen könnte. In den Moment aber, indem wir aber eine Gestalt benennen können, sehen wir nur noch diese. Wir haben uns

für diese eine Bilderklärung entschieden.

Probieren Sie es selbst aus: Versuchen Sie eine andere Gestalt zu entdecken und zu benennen als die, die sie gerade gesehen haben. Es ist schwierig bis unmöglich, das benannte Objekt wieder loszulassen, zu vergessen.

Daraus lässt sich folgern, dass die Gestalt nicht immer eindeutig sein kann, sondern dass unterschiedliche Menschen auf verschiedene Art und Weise Formen und Umriss interpretieren.

Die Aufgabe des Designers ist es, ein möglichst eindeutiges grafisches Produkt zu gestalten.

Gestaltgesetze im Alltag eines Designers

Vergegenwärtigen wir uns einen typischen Entwurfsprozess:

In der Entwicklung für ein Gestaltungsprodukt werden mehrere Phasen durchlaufen.

Grundlage für den Entwurfsprozess bildet die Aufgabenstellung, das Briefing. In dieser Aufgabenstellung wird der Rahmen des Projektes, Botschaft und Zielgruppe sowie das Kommunikationsziel festgelegt. Was soll das gestaltete Produkt bewirken oder verändern?

Im Entwurfsprozess werden unterschiedliche Ideen für das Gestaltungsprodukt entwickelt. Durch eine Vielfalt von möglichen Entwürfen kann diejenige Idee ermittelt werden, die für den definierten Zweck am geeignetsten erscheint.

Der Gestaltungsprozess schließt sich an, die ausgesuchte Idee wird in eine grafische Form gebracht. Die Gestaltung der Idee wird an der Zielgruppe ausgerichtet. Jede Zielgruppe hat eigene Vorlieben, Gewohnheiten und Ansprüche – also einen eigenen unverwechselbaren Geschmack.

Ebenso müssen einige übergeordnete Anforderungen beachtet werden: Das gestaltete Produkt sollte neu und innovativ wirken. Gleichzeitig muss es faszinieren und begeistern, um wahrgenommen zu werden.

Wieder zurück zu unserem Gestaltungsprozess. Ist nun eine passende Lösung entwickelt, so könnte überprüft werden, ob dieses Ergebnis mit den Gestaltgesetzen übereinstimmt oder ob Fehler in der Gestaltung vorliegen..

Aber bis zu dem entstandenen Ergebnis werden laufend Zwischenschritte und Teilergebnisse visualisiert. Das ist notwendig, um zu überprüfen, wie die Gestaltung optisch wirkt. Dazu ist es eine wichtige Voraussetzung, dass die Gestaltgesetze beachtet werden.

Drei Beispiele für die komplexen Einflüsse, die den Inhalt von Bildaussagen und die davon hervorgerufenen Assoziationen und Empfindungen verändern.

Drei Beispiele über Freiheit und Abenteuer

1. Der Klassiker.

Die Verheißung von Freiheit und Abenteuer durch den Konsum von Zigaretten in einer zunehmend schreibtschorientierten Welt war jahrzehntelang ein sehr erfolgreicher Mythos. Das Hauptmotiv eines der führenden Zigarettenanbieter stellt einen Cowboy dar, der in rauer Natur die ihm anvertrauten Pferde unter Kontrolle hält.



Foto: (10)

2. Nichtraucherzüge.

Auf ein sehr ähnliches Motiv haben die Schweizerische Bundesbahnen zurückgegriffen, als sie ihren Kunden mitteilten, dass das Rauchen in Zügen verboten sei. Obwohl sich die Symbolik sowohl im Marlboro Plakat als auch in dieser Anzeige ähneln, sind die Grundaussagen sehr unterschiedlich. Durch den aktuellen Zeitgeist der im Jahre 2005 herrschte wurde die gewünschte Aussage von den Bahnreisenden klar und eindeutig erkannt. Die Anzeige wurde sogar mit dem „Bronze Award“ des Art Directors Club Schweiz ausgezeichnet

Ohne die Diskussion über die Gefahren des Rauchens wäre diese Anzeige nicht verstanden worden. Die symbolische Bedeutung des Cowboys hat sich verändert, er wirkt nun unmodern, der „Zug“ ist für ihn „abgefahren“. Andernfalls könnte die Wahrnehmung der Anzeige umkippen so dass für Zigaretten und für Rauchen geworben werden würde.



Rauchfreie Züge. Ab 11.12.2005.

Foto: (11)

3. Die Umkehrung

Auf Zigarettenpackungen ist seit einiger Zeit ein Warnhinweis vorgeschrieben. Dadurch soll der Raucher sich seines gesundheitsgefährdenden Verhaltens bewusst werden und das Rauchen möglichst aufgeben oder zu mindestens einschränken.

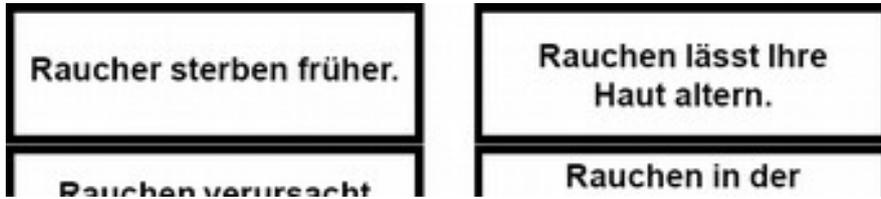


Abbildung (12)

Im folgenden Beispiel wurde genau diese Negativwirkung in eine positive Verheißung umgewandelt. Für das unten abgebildete Citylight - Poster ist die Kenntnis der Warnhinweise auf Zigarettenpackungen für das Verständnis der Kampagne zwingend notwendig.



Foto: (13)

Aber wie wird dieses Poster von Nichtrauchern wahrgenommen?

Dazu lässt sich keine eindeutige Aussage treffen, denn Nichtraucher zählen in diesem Fall nicht zur Zielgruppe.

Typisch ist, dass verschiedene Interpretationen möglich werden, je nach Gemütszustand des jeweiligen Nichtrauchers:

Er könnte sich beispielsweise durch das Poster bestärkt fühlen, weil er nicht raucht,

er könnte sich über das zu erwartende lange Leben freuen,

aber es könnte durchaus auch sein, dass er dieses Plakat nicht versteht, weil er kein inneres Bild einer Zigarettenpackung hat,

oder er nimmt dieses Poster einfach nicht war, weil die Werbebotschaft für einen Nichtraucher völlig belanglos ist.

Das ultimative Gestaltungsgesetz

Gestaltung ist also ein äußerst komplexer Prozess und wird von den unterschiedlichsten Faktoren beeinflusst. Die alleinige Anwendung der Gestaltgesetze reicht für ein verwertbares Ergebnis in der Regel nicht aus. Aber in dem Fall, indem ein Gestaltgesetz verletzt wird, wird dies sofort wahrgenommen, unabhängig wie genial die zugrundeliegende Idee auch ist.

Eine gute Gestaltung soll neu, frisch, spannend und vor allem einmalig sein. Wiederholungen sind der Tod von spannendem Design.

Wird dies berücksichtigt, so kann folgendes Gestaltungsgesetz formuliert werden:

Stellen Sie sich Ihre eigenen Regeln für eine gute Gestaltung auf!

Damit ist nicht gemeint, das es völlig beliebig ist, wie gestaltet wird. Eigene Regeln aufstellen bedeutet zunächst eine äußerst intensive Auseinandersetzung mit Gestaltung, dem Analysieren von bestehenden grafischen Produkten und dem Ausprobieren eigener Ideen. Die Elemente, die wir selber für gut befinden, mit denen sollten wir weiterarbeiten. Nach einiger Zeit werden daraus ganz automatisch unsere individuellen Gesetze. In der Fachsprache wird das dann als "Stil" bezeichnet.

Quellennachweis:

- (1) Zitat aus: Max Wertheimer, Über Gestalttheorie, Vortrag vor der KANT-Gesellschaft, Berlin, am 17. Dezember 1924. Abgedruckt in Philosophische Zeitschrift für Forschung und Aussprache 1, 39-60 (1925)
- (2) Auszug aus Max Wertheimer, Untersuchung zur Lehre von der Gestalt II, Psychologische Forschung 4 S. 320-321, 1923
- (3) Prof. D. Jackèl, Dr.-Ing. B. Karstens , Objektwahrnehmung und Gestaltgesetze nach Wertheimer, <http://www.ch-becker.de/extern/vosem/vosem.rtf>
Mike Födisch und Gerhard Schuster , Realität oder Illusion?, Experimente zur Wahrnehmung und Täuschung <http://www.informatik.uni-bremen.de/~fmike/multilem/gestaltgesetze.html>
Gestaltpsychologie, <http://de.wikipedia.org/wiki/Gestaltpsychologie>
- (4) <http://de.wikipedia.org/wiki/Gesetze> und <http://de.wikipedia.org/wiki/Naturgesetz>, <http://de.wikipedia.org/>
- (5) Wolfgang Metzger, "Gesetze des Sehen" Verlag Waldemar Kramer, Frankfurt/Main, 1975, S. 667
- (6) Schweizerische Balint-Gesellschaft www.balint.ch/images/dalmatiner.jpg
- (7) <http://lehrerfortbildung-bw.de/kompetenzen/gestaltung/definition.htm>
- (8) vom Autor
- (9) <http://en.wikipedia.org/wiki/Image:MagrittePipe.jpg>, Image taken from a University of Alabama site, "Approaches to Modernism"
- (10) Foto vom Autor , 2004, München
- (11) Art Directors Club Schweiz, 2006, Bronze Award „SBB Rauchfreie Züge Marlboro“ Auftraggeber: Schweizerische Bundesbahnen, Gesamtverantwortung: Ruth Mathias, Werbeleitung: Reto Meissner, Agentur: Jung von Matt/Limmat, <http://www.adc.ch/>
- (12) www.rauchfrei.de/rauchen-warnhinweise.htm
- (13) Foto vom Autor, Januar 2007, Ostbahnhoftunnel, München
- (14) Guerino Mazzola und Oliver Zahorka, Topologien gestalteter Motive in Kompositionen, Uni Köln, Köln 2003