

Christian Gutschi

Schriftwirkung und Sprachraum

**Untersuchung zur emotionalen Wahrnehmung
von Druckschriften in Abhängigkeit vom
Sprachraum und der Buchstabenstruktur
verschiedener Sprachen**

vwh

Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

C. Gutschi: Schriftwirkung und Sprachraum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://www.d-nb.de> abrufbar.

© Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg, 2010

vwh Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

www.vwh-verlag.de

Einfache Nutzungsrechte liegen beim Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg.
Eine weitere Verwertung im Sinne des Urheberrechtsgesetzes ist nur mit Zustimmung des Autors möglich.

Markenerklärung: Die in diesem Werk wiedergegebenen Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenzeichen usw. können auch ohne besondere Kennzeichnung geschützte Marken sein und als solche den gesetzlichen Bestimmungen unterliegen.

Umschlag: design of media, Lüchow
Druck und Bindung: Kunsthaus Schwanheide

– Als Typoskript gedruckt –

Printed in Germany

ISBN: 978-3-940317-57-5



universität
wien

Schriftwirkung und Sprachraum

Untersuchung zur emotionalen Wahrnehmung
von Druckschriften in Abhängigkeit vom Sprachraum
und der Buchstabenstruktur verschiedener Sprachen

Dissertation aus dem
Fachgebiet Psychologie

Betreuer: Prof. Dr. Peter Vitouch,
Institut für Psychologie
Wien, im Oktober 2008

für Euch, Gina, Filippa und Zmucki

Danksagung

Danke für Beratung, Gespräche und Ideen an
Susanne Zippel, Kurt Höretzeder, Simon Hauser, Martin Tiefenthaler, Jean-
François Porchez, Gerard Unger, Prof. Kurt Weidemann, Prof. Rolf Rehe.

In dankbarer Erinnerung an Prof. Hans-Peter Willberg, der zeit seines Lebens
großen Anteil an der Entwicklung meiner Schriftenforschung hatte.

Einen besonderen Dank an meine Eltern, Erika und Franz Gutschi.

Danke Stella für so Vieles.

Diese Arbeit ist aus der Gill Sans (Titel, Tabellen) und aus der Perpetua als Grund-
schrift gesetzt. Beide Schriften stammen vom englischen Schriftkünstler Eric Gill
(1882–1940) und sind vorzügliche digitale Interpretationen der Originale (Gill
Sans: 1928; Perpetua 1927) aus dem Schriftenhaus Berthold, München. Vielen
Dank an Bernd Möllenstädt für die freundliche Genehmigung der Nutzung
dieser Schriften.

Letters are things,
not pictures of things

Eric Gill

Inhaltsverzeichnis

Theoretischer Teil

1. Einleitung	11
1.1 Schriftenmarkt heute	11
1.2 Schriftwirkung und Sprachdarstellung	12
1.3 Die allgemeine Fragestellung	13
2. Wissenschaftstheoretischer Hintergrund	15
2.1 Begriffliche Standortbestimmung	16
2.2 Schriftform und emotionale Konnotation	18
2.3 Linguistik und Semiotik	20
2.4 Schriftwirkung und Schriftbedeutung	24
2.5 Druckschrift als visuelles Ausdruckssystem	25
2.6. Buchstabe als Teil des Systems Schriftform	27
2.7 Emotion und Sprache	29
2.8 Ästhetik, Anmutung, sinnliche Wahrnehmung	32
2.9 Schriftwahrnehmung und Wissen	36
2.10 Erkenntnistheoretische Position	38
2.11 Kognitive Befunde	40
2.12 Integrativer Forschungsansatz	43
3. Fragestellung	45
3.1 Die Grundlagen der Fragestellung	45
3.2 Die Entstehung der Fragestellung	48
3.3 Die Konkretisierung der Fragestellung	51
3.4 Übersichtsmodell der Schriftwirkung	57
4. Versuchsplan	59
4.1 Allgemeines zur Versuchsanordnung	59
4.2 Operationalisierung und Einstellungsmessung	60
4.3 Das Versuchsmaterial.....	64
4.3.1 Auswahl der Emotionen und Emotionsbilder	69
4.3.2 Itemerstellung Versuchsteil 1 (Seitenlayouts)	71
4.3.3 Itemerstellung Versuchsteil 2 (Schrift und Emotion)	73
4.3.4 Fragebogen mit offenen Fragen	75
4.3.5 Durchführung der Untersuchung	75
4.4 Die Stichprobe	78
4.4.1 Geschlechterverteilung	78
4.4.2 Altersverteilung	78
4.4.3 Länderzugehörigkeit	79

4.4.4 Graphische Ausbildung	80
4.4.5 Ausbildungsverteilung	82
5. Hypothesen	85
5.1 Hypothesen für die Versuchsteile	85
5.2 Detailauswertung, Variablenbeschreibung	87

Empirischer Teil

6. Ergebnisse	91
6.1 Häufigkeitsanalyse, Versuchsteil 1, Seitenlayouts	91
6.1.1 Hypothesenprüfung für Schriftwahl bei Zeitungskategorien	95
6.1.2 Datenprüfung Versuchs- und Kontrollgruppe	98
6.2 Häufigkeitsanalyse, Versuchsteil 2, Emotionscodierung	102
Emotion Freude mit fünf Schriften	102
Emotion Trauer mit fünf Schriften	108
Emotion Überraschung mit fünf Schriften	113
Emotion Zorn mit fünf Schriften	118
6.3 Datenprüfung Gesamtgruppe	123
6.3.2 Normalverteilungsprüfung Gesamtgruppe	124
6.3.3 Normalverteilungsprüfung Versuchs- und Kontrollgruppe	126
6.3.4 Mittelwertsvergleich der Subgruppen pro Emotion/Schrift	127
6.4 Hypothesenprüfung Hauptfragestellung	130
6.5 Hypothesenprüfung Fragebogen	144
7. Schlussfolgerungen, Diskussion, Praxisrelevanz	153
7.1 Zuordnung von Schriften zu Zeitschriftenkategorien	154
7.2 Zuordnung von Schriften zu Emotionen	155
7.3 Fragebogenerhebung	158
7.4 Erweitertes Modell der Schriftwirkung in der Wahrnehmung	160
7.4.1 Wahrnehmungsprozeß von Schriftform und Sprache	160
7.4.2 Kritische Analyse von Interpretation und Versuchsdesign	163
7.4.3 Feedbackanalyse der Versuchsteilnehmer	165
7.5 Praxisrelevante Diskussion	168
7.5.1 Kommentare von Experten	169
Literaturverzeichnis	180
Anhang	188

1. Einleitung

1.1 Der Schriftenmarkt heute

Schrift ist für viele Computerbenutzer in den vergangenen zehn Jahren zum Konsumartikel geworden. War es damals noch die Schrifthanwendung, so ist es heute die Herstellung von digitalen Druckschriften an sich, die sich dem geschulten Typographen als Experten entzieht und zum Allgemeingut wird.

Gab es vor etwa 25 Jahren noch bedeutende Schrifthersteller wie Linotype, Stempel oder Berthold in Deutschland, so sind diese Unternehmen entweder gänzlich verschwunden oder auf ganz kleine Schriftgestaltungsbüros geschrumpft. Hingegen explodiert die Zahl unabhängiger Schriftenlabels in den letzten Jahren zusehends. Laut Statistik des größten online-Schriftversands *myfonts.com* steigt das Angebot neuer Schriftenlabels oder Schriftgestalter monatlich zwischen zehn und zwanzig Teilnehmern im Programm.

Im newsletter März 2005 von *myfonts.com* wird die Rekordzahl von 11.690 unterschiedlichen Schriftfamilien zum Kauf angeboten. Da eine Schriftfamilie zumeist aus mehreren Schriftschnitten besteht (kursiv, fett, Kapitälchen etc.) ergibt dies ein Angebot von über 40.000 Schriftschnitten. Tendenz des Wachstums: stark steigend.

MY FONTS
IN YOUR FACE
THE MYFONTS NEWSLETTER — MARCH 2005

In This Issue

- We're at 40,000!**
- Font Aid update
- Our 14 new foundries

- FontMesa
- newbn.com
- Characters
- Just in Type
- Apply Interactive
- Wooden Type Fonts
- Eastmill Foundry
- Sylvestre Studios
- Behaviour
- Quiet Designs Inc.
- Simson out West
- LetterBe
- DNC
- Shawn C. Kennedy

4 More new fonts

39,999 39,994
39,991 **40,000** 39,996
39,995 39,998 39,993
39,992 39,997

We're at 40,000!

This month sees us breaking through the 40,000 fonts barrier here at MyFonts! Since we started selling in 1999 we've left no stone unturned to bring you the latest fonts from independent designers, as well as the classic collections. But rather than us gushing any more about how delighted we are about this milestone, let's hand over to [Dan Solo](#) of [SoloType](#) who wrote to us recently:

Abb. 1.1 Schriftenmarkt. Exponentiell wachsendes Schriftangebot beim online-Anbieter *myfonts.com*. Weit über 40.000 unterschiedliche Schriften wurden im Jahr 2005 angeboten, jeden Monat kommen einige hundert neue Schriften hinzu, mittlerweile sind dort über 66.000 Schriften digital verfügbar.

In der Zwischenzeit, drei Jahre später, schwanken die Schätzungen von Experten, was die Zahl der verfügbaren Schriftschnitte betrifft, zwischen 80.000 und 100.000. Selbst Kenner des Marktes haben den Überblick verloren, niemand kann heute annähernd genau sagen wieviele digitale

Schriften derzeit tatsächlich theoretisch zur Wahl bzw. zur Verwendung stehen. Die Frage der Wahl der „richtigen“ Schrift ist keine Neue. Geht man 50 Jahre zurück, war damals auch schon ein ähnliches Phänomen beobachtbar, das Schriftenangebot betreffend. Dazu der Betreiber des Solotype-Schriftenarchivs, DAN SOLO im Vorwort zu seinem Schriftenkatalog *The Solotype-Catalogue*:

When I entered the typography business in 1962, typographers were complaining that there was too much type, and we didn't need any more. Graphic artists, on the other hand, were begging for more. Photolettering was just becoming mainstream and type designs were proliferating at a rapid rate. When I joined *myFonts* [January 2004], you had 30,000 fonts. Today, one year later, you are coming up on 40,000 fonts. I am amazed at how many of these are truly useful faces. Shortly after entering the business, I gave a talk in which I compared designing new fonts to the writing of new music, saying that it could go on endlessly, recombining the elements that go into alphabet design. One of the few times I had it right on. Fonts today are so inexpensive and so quickly available that no designer has to go without. Definitely a better world for the graphic artist. (DAN SOLO 2006, 8)

Diese Aussage trifft den Punkt des momentanen Zustands des heutigen Schriftenmarktes. Einem völlig unübersichtlich gewordenen Angebot an täglich frischen Schriften stehen einige hundert Schriften gegenüber, die in den diversen klassischen Druckanwendungen (Zeitung, Zeitschrift, Bücher, Plakate) Gebrauch finden. Es ist eine Tatsache, dass nach wie vor mit rund fünf Prozent aller verfügbaren Schriften mehr als 95 Prozent aller Drucksorten weltweit gestaltet werden (vgl. RÖGENER et al. 1995). Hier zeigt sich ein unumstößlicher Trend, bestimmte gewohnte Formen in bewährter Weise einzusetzen. Warum aber?

1.2 Schriftwirkung und Sprachdarstellung – Der Schnittpunkt von medienpsychologischer Forschung und Praxis

An diesem Punkt liegt das Schnittfeld zwischen graphischer Praxis und medienpsychologischer Forschung: Von welcher Gestalt ist die Beziehung zwischen geschriebener Buchstabenstruktur und der verwendeten Schriftform? In diesem Zusammenhang erscheint es durchaus denkbar, dass eine wechselseitige Abhängigkeit zwischen der Struktur der geschriebenen Sprache, also der unterschiedlichen Kombination von Buchstaben, Silben und Wörtern und dem Träger der schriftlichen Information, der Schriftform, existiert. Entscheidend kommt hinzu, dass Schriften ja nicht für sich alleine stehen, sondern die jeweilige ästhetische Form der Buchstaben, die in Kombination die unver-

wechselbare Anmutung oder Atmosphäre einer Druckschrift ausmachen, in der menschlichen Wahrnehmung emotional konnotiert sind, wie alle anderen optisch wahrnehmbaren Formen, Farben, Objekte etc. auch.

Schrift ist überall in unserem Leben. Trotzdem existieren kaum fundierte Forschungen zur Wirkung von Druckschriften, insbesondere zur Wechselwirkung von Schriftform (Anmutung) und Botschaft (Inhalt). Dass eine solche sehr wohl besteht, sagt nicht nur die Intuition jedes graphischen Gestalters, sondern wird auch durch meine vorangegangene Studie *Emotionale Wirkung typographischer Schrift* belegt (vgl. GUTSCHI 1995).

1.3 Die allgemeinen Fragestellungen

Diese Studie widmet sich drei grundlegenden Fragestellungen:

- 1) Worin unterscheidet sich die emotionale Wahrnehmung von Schriften im deutschen von jener im englischen Sprachraum? Welche Bedeutung haben die vielfach beschworenen Typotraditionen heutzutage noch?
- 2) Welche psychologischen Mechanismen liegen der emotionalen Wirkung von Druckschriften zugrunde? Existieren Unterschiede in der Wahrnehmung zwischen bildlicher versus sprachlicher Codierung der Emotionen?
- 3) Existiert ein Unterschied in der emotionalen Wahrnehmung aufgrund der Verschiedenheit der Buchstabenstrukturierung (Buchstabenkombinationen) in Deutsch bzw. Englisch? Wie wirkt sich ein sprachraumuntypischer Vergleichstext (Ungarisch) auf die Wechselwirkung zwischen Schriftform und Emotion aus?

Die Besonderheit dieser Forschungsarbeit liegt in der Einbeziehung international tätiger Typografen und Schriftexperten, wodurch medienpsychologische Wahrnehmungsforschung mit der praktischen Arbeit bzw. dem Erfahrungsschatz der beruflichen Praxis in Verbindung gebracht wird. Eine derartige empirische Untersuchung, die mit zuverlässigen und erprobten Forschungsmethoden sowie theoretisch fundiertem Untersuchungsmaterial arbeitet, ist auf diesem Gebiet und in ihrer sprachraumübergreifenden Dimension die bislang einzige.

Der Anspruch dieser Untersuchung leitet sich vordergründig von der Erforschung der Zusammenhänge von Schriftform und Sprachdarstellung ab, allerdings nur auf das lateinische Alphabet bezogen. Dahinter tut sich ein unüberschaubares Feld auf: die Idee, dass in einer globalisierten und digitalisier-

ten Welt die wichtigsten Schriftsysteme in einen gemeinsamen Zeichencode zusammengefasst werden könnten und so ein unkomplizierter Austausch zwischen verschiedenen Schriftsystemen möglich wird. „Unicode“ heißt dieses in der Entwicklung begriffene Projekt (vgl. BERGERHAUSEN 2008). Die Entwicklung einer multilingualen Textverarbeitung ist zwar schon weiter gediehen als allgemein bekannt, dennoch bleibt die technische Umsetzung verschiedener Schriftsysteme mit einer Schrift, die vom PC-User per Tastatureingabe verwendet werden kann, ein schwer zu bewältigendes Programmierproblem.

Im Lichte dieser Entwicklungen ist fundierte Forschung über den Zusammenhang von Schriftsystemen und deren konkrete Umsetzung durch Buchstaben oder Zeichen gefragt. Und sie muss Rücksicht auf die sprachraumspezifischen Gegebenheiten nehmen, denn die Frage nach Ästhetik und Konnotation von Schrift wird im westlichen Kulturkreis auf einem sehr hohen und spezialisierten Niveau diskutiert. Ganz anders etwa die Situation in China, wo chinesische Schriftzeichen völlig unkontrolliert und ohne Regeln mit lateinischen Schriftzeichen vermischt werden. Hier steht einzig und allein die Übermittlung der Information im Vordergrund.

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung geben wichtige Hinweise zum Zusammenhang von Wahrnehmung von Schriftformen in Abhängigkeit zur sprachlichen Darstellung, die zugegebenermaßen von subtiler Ausprägung ist. Und es wird deutlich, dass die Form einer Schrift weit weniger als angenommen für die emotionale Wirkung verantwortlich ist. Viel mehr Einfluss darauf hat die Wahrnehmungsgeschichte einer Schrift, geprägt durch die sprachraumspezifische Verwendungsgeschichte.

ROBERT BRINGHURST dazu in seinem Essay *The solid form of Language*:

A writing system consists of a set of symbols, a set of definitions for the symbols (graphic lexicon) and rules for their use (graphic syntax). The symbols are realized as glyphs which are visible [...] Cultural factors do indeed affect how writing looks [...] Stylistic changes are part of the life history of every script [...]. (Bringhurst 2004, 25–27)