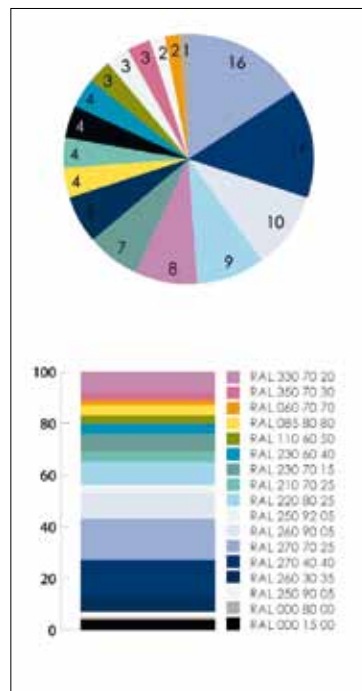
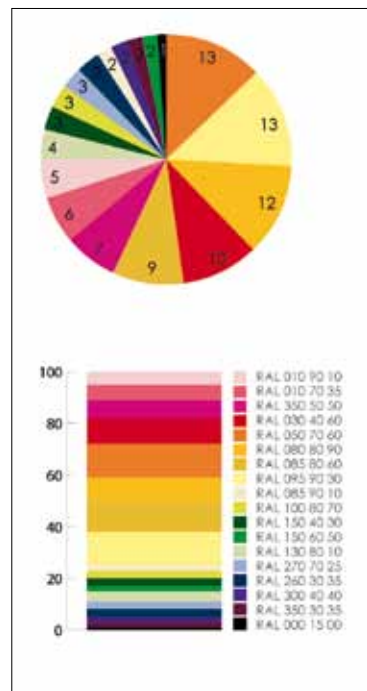




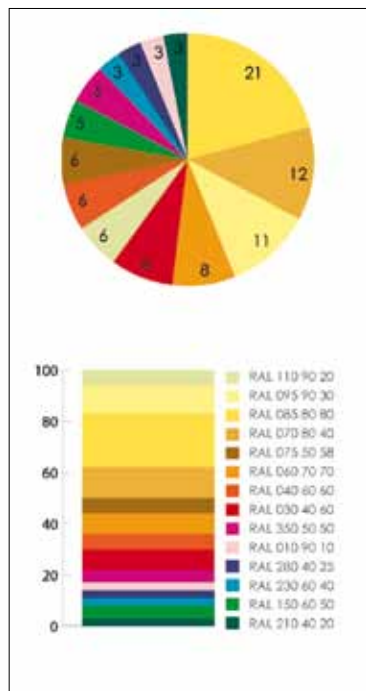
Gewinnen Sie mit novum eines von zwei Farbwörterbüchern. Sagen Sie uns, welche Farbe Ihrer Meinung nach novum am besten repräsentiert und schicken Sie eine Email an: redaktion@novumnet.de. Einsendeschluß: 10. Dezember / With novum you can win one of two Colour Dictionaries. Just tell us, in your opinion, which colour represents novum magazine best? Send an email to: redaktion@novumnet.de. Deadline: 10. December



Fern / Remote



Nett / Nice



Freundlich / Friendly

Das Farbwörterbuch, Die Farbigkeit der Begriffe. Das Lexikon für Designer und Gestalter, Axel Venn, Janina Venn-Rosky, Callwey Verlag (www.callwey.de), München, gebunden, 864 Seiten, 20000 Abbildungen, zweisprachig: deutsch/englisch, 139,00 Euro, 215,90 sFr., ISBN 978-3-7667-1825-9

The Colour Dictionary. The Colourfulness of the Words. Axel Venn, Janina Venn-Rosky, Callwey Verlag (www.callwey.de), Munich, cloth, 864 pp., 20 000 illustrations, bilingual German/English, 139.00 Euro, 215,90 sFr., ISBN 978-3-7667-1825-9

EIN FARBWÖRTERBUCH DER BESONDEREN ART

Grün ist die Hoffnung, rot die Liebe ... die üblichen Farbzusammenordnungen sind hinlänglich bekannt, doch kann ein Begriff tatsächlich über eine einzige Farbe zum Ausdruck gebracht werden? Ein faszinierender Band gibt nun den bekannten Regeln der Farbenlehre eine neue und wesentlich differenziertere Dimension. Mehr als sechzig Probanden haben für diesen Zweck zu einer Vielzahl von Adjektiven Stimmungsbilder angefertigt, die von Professor Axel Venn anschließend dem RAL-System zugeordnet und in Diagrammen veranschaulicht wurden. So wird es sicherlich auch für Designer leichter, den richtigen »Ton« zu treffen, um die gewünschte Stimmung oder Assoziation zu erzeugen.

Welche Intention verfolgten Sie mit diesem Experiment? War Ihnen von Beginn an klar, daß dieses Projekt ein derart präziser Spiegel der Farbwahrnehmung werden würde?

Die Motivation zum Buch und zu den vorausgehenden Recherchen waren Neugier, Notwendigkeit und der positive Nachhall auf verschiedene Vorversuche. Zuerst einmal erahnte ich nicht wirklich den vor mir liegenden Arbeitsaufwand, trotz der bereits jahrzehntelangen Beschäftigung mit internationaler Designtätigkeit und Wahrnehmungs- und Trendforschungen, die sich in teilweise umfangreichen Studien und einigen Büchern manifestierten. Auf Grund einer intensiven wechselnden Auseinandersetzung war mir aber bewusst, daß doch einige der seltenen, aber mir bekannten Veröffentlichungen zu spekulativ oder methodisch fragwürdig angelegt und deren Qualität nicht immer erkennbar waren. In der Tat zeigten mir die Ergebnisse meiner Arbeit am Farbwörterbuch, daß Menschen mit sprachlichen Inhalten sehr häufig feinst definierte Farbvorstellungen verbinden. So weisen »nett« und »freundlich« differenzierte Koloraturen auf: »nett« besitzt eine Menge mehr Rot und tiefe Blau-Nuancen als das erheblich nettere »freundlich«, das sanfter, pastelliger, offener und mit viel Gelb ausgestattet ist. Oder betrachten wir die Interpretationen von »kostbar« und »teuer«. »Teuer« besteht zu rund siebzig Prozent aus tiefen, gehaltvollen Rot-Magenta-, Blau-Violett- und

Schwarz-Nuancen, während der Anteil der tiefen, »kostbaren« Töne nur um die dreißig Prozent liegt, dagegen rund vierzig Prozent mit Gelb-Gold-Farben interpretiert werden.

Das überraschende Moment dieses Buchs manifestiert sich in der metasprachlichen Qualität der Farben und ihrer narrativen Prägnanz. So lautet die eigentliche Essenz: »Farben sehen – mehr verstehen!« oder: »Kommunikation präzisiert linguales Verstehen!«

Nach welchen Kriterien wählten Sie die Adjektive aus, die die Teilnehmer farblich umsetzen sollten?

Die gewählten Begriffe stellen eine Art Konzentration auf einige ausgesuchte Themen unserer gestalteten oder ungestalteten Welt dar. Die meisten farbinterpretierten Adjektive besitzen ihren polarigen Gegenpart. Zehn Kapitel mit jeweils sechsunddreißig Adjektiven sind daraus geworden, also insgesamt dreihundertsechzig Begriffe. So lautet das erste Kapitel: »gemütlich bis kitschig«. In diesem wird das Assoziative zum Wohnen, zur Mode, zu Produktwelten von Lifestyles, Trends und Stilen untersucht.

Im sechsten Kapitel mit dem Titel »Weich bis uneben« werden wiederum Empfindungen analysiert. Sie sind deswegen so wesentlich, weil ihre synästhetischen und assoziativen Fähigkeiten Gefühle und Intuitionen

SPRINGLIKE

Green is the season's main colour. The colour accentuations accompany the fresh scenery full of light.

More than eighty percent of the colour range is yellow-green, whilst the rest are accompanying background shades.

The "awakening" of nature in spring follows the characteristic style of blue-tinted, mostly round and blossom-like contents of form.

FRÜHLINGSHAFT

Das Stimmungsbild Frühling ist gänzlich heiter und frisch. Dabei scheint es einer tänzerischen, burlesken Choreographie zu folgen: atemlos, berauschend, lachend.

SPRINGLIKE

The atmospheric picture of spring is entirely cheerful and fresh. Thereby it seems to follow a dancing, burlesque choreography: breathless, intoxicating, laughing.

generieren. Gerade bei der gestalterischen Definition von Oberflächen sind weitere Erkenntnisse für den Designer von großer Bedeutung, wenn es um psycho-akustische, -thermische und -visuelle Interpretationen geht. Gut ist es, zu wissen, aus welchen Blau-Nuancen »kühlend«, »eiskalt« und »unterkühlt« bestehen, denn Blau ist nicht gleich Blau.

Die Umsetzung welches Begriffes hat Sie persönlich am meisten überrascht und warum?

Die Interpretation von »visionär« halte ich für einigermaßen unspektakulär und ziemlich brav strukturiert. Ich tröste mich damit, daß der überwiegende Teil der Visionäre alles andere als Visionäres verkündet oder geleistet hat. Genausowenig wie Reformen, Innovatoren und Helden selten das vollbrachten, was Zeitungsüberschriften und Geschichtsbücher verkünden.

Bei welchem Begriff gab es die größten Differenzen oder aber die größte farbliche Vielfalt?

Die größten Differenzierungen der Farbmeinungen erleben wir bei den Begriffen »vertrauensvoll« und »geizig«. Bei beiden Begriffen ist die Farbvielfalt umfangreich und recht divergent. Das Vertrauensvolle scheint mir unter die Räder geraten zu sein. Ich kommentiere das im Buch wie folgt: »Vertrauen ist gleichsam eine Frage des Gefühls und des Denkens. Die Verteilung der Gewichte und somit der Farben ist ziemlich gleich: Fünfzig zu fünfzig für Blau-Grün (Verstand) und Gelb-Orange (Gefühl).« »Geizig« manifestiert sich in einer bunten, schrägen Farbreihe, die zum Teil angeschmuddelt ist. Die Palette ist in sich glaubhaft, jedoch alles andere als aufregend; der farbige Phänotypus des Geizigen stimuliert uns unendlich weniger als Zorn, Haß oder Luxus.

Wie erklären Sie sich, daß Menschen sehr ähnliche Farbvorstellungen zu einzelnen Adjektiven haben? Inwieweit spielt hierbei der Kulturkreis eine Rolle und welche Faktoren beeinflussen noch unsere Farbvorstellung?

Kollektivistisch indizierte Farbmeinungen sind in erster Linie kultur- und in zweiter Reihe zeitbedingt, und drittens beruhen sie auf universalen Erfahrungswerten. Der Begriff »sympathisch« besitzt zum Beispiel in seiner amerikanischen Bedeutung »likeable« eine grundsätzlich andere Farbigkeit als die im mitteleuropäischen Raum freundlich-anheimelnden Rot-, Gelb-, Grün-Merkmale, die im krassen Gegensatz zu den »sympathischen« Violett-, Pink-, Dunkelblau-Farben der Nordamerikaner stehen. Zum zweiten werden in mehreren Jahren eine Anzahl mode- und zeitgeist-orientierte Begriffe auf den Prüfstein gestellt werden müssen, so unter anderem sicherlich solche wie »trendy«, »attraktiv«, »exklusiv«, »jung« und »weltoffen«. Drittens existieren übereinstimmende Farbinterpretationen über Grenzen und Völker hinweg, die sich aus archaischen Merkmalen rekrutieren. Hier sind Begriffe aus jahreszeitlicher, landschaftlicher und kulturellen Themenstellungen wie »frühlingshaft« und »sommerlich« oder »exotisch« und »fern« zu nennen.

Gab es für Sie eine grundlegend neue Erkenntnis nach Abschluß des Projekts? Das Projekt ist nicht beendet. Es ist soeben eröffnet! Weiteres ist in intensiver Arbeit – wir bleiben dran.

Das Interview führte Bettina Schulz

