

**A handbook
from
Heinz Kroehl**

**Ein Handbuch
von
Heinz Kroehl**

**Un manuel
de
Heinz Kroehl**

**For all who
are concerned
with
communication,
advertising
and design.**

**Für alle,
die mit
Kommunikation,
Werbung
und Design
zu tun haben.**

**Pour toutes les
personnes qui
travaillent dans le monde
de la communication,
de la publicité
et du design.**

**ABC Edition
Zurich**

**ABC Verlag
Zürich**

**Editions ABC
Zurich**

1.	Introduction	9
1.1.	Functions of visual communication	9
1.2.	Communication based on theories	13
1.3.	Suggestions for design practice	23
2.	The basics of a theory of signs	29
2.1.	Is there a language of images?	29
2.2.	The threefold reference of the sign	34
2.2.1.	How can signs be defined?	34
2.2.2.	A brief excursion into philosophy	36
2.2.3.	The dynamics of the sign process	38
3.	Better communication through purposeful use of signs	58
3.1.	The meaning of syntactics	58
3.1.1.	Basic elements of pictorial signs	58
3.1.2.	Should syntactical rules be followed or discarded?	65
3.1.3.	The levels of description	91
3.2.	What do we understand by semantics?	99
3.2.1.	The semantic dimension	99
3.2.2.	How objects are represented by signs	100
3.2.3.	The best signs have something of everything	108
3.3.	What is the meaning of pragmatics?	111
3.3.1.	Signs and sign systems	111
3.3.2.	What has design to do with art?	113
3.3.3.	The mediation of concrete reality	113
3.3.4.	How can meaning be conveyed precisely?	116
3.3.5.	How different kinds of sign operate	116
4.	Modern communication design and practice	142
4.1.	Observations on creativity and intuition	142
4.2.	Systematics of the design process	142
4.2.1.	Strategies of realization	143
4.2.2.	Conception and analysis	143
4.2.3.	Systematic development of statements	147
4.2.4.	Example for use	149
5.	Communication design and the media environment	159
5.1.	Developments in environmental design	159
5.2.	The influence of new communication techniques	191
5.2.1.	Design contributions of electronic communication	193
5.2.2.	Qualities of the communications designer	200
5.2.3.	Consequences for education	201

1.	Einleitung	9
1.1.	Aufgaben der visuellen Kommunikation	9
1.2.	Kommunikation basiert auf Theorien	13
1.3.	Denkanstösse für die Designpraxis	23
2.	Die Grundlagen der modernen Zeichentheorie	29
2.1.	Gibt es eine Sprache der Bilder?	29
2.2.	Die dreifache Beziehung des Zeichens	34
2.2.1.	Wie lassen sich Zeichen definieren?	34
2.2.2.	Ein kleiner Ausflug in die Philosophie	36
2.2.3.	Von der Dynamik des Zeichenprozesses	38
3.	Bessere Kommunikation durch gezielte Zeichenverwendung	58
3.1.	Was verstehen wir unter Syntaktik?	58
3.1.1.	Grundelemente bildlicher Zeichen	58
3.1.2.	Soll man syntaktische Regeln einhalten oder verwerfen?	65
3.1.3.	Die Ebenen der Beschreibung	91
3.2.	Was verstehen wir unter Semantik?	99
3.2.1.	Die semantische Dimension	99
3.2.2.	Wie man durch Zeichen Objekte darstellt	100
3.2.3.	Die besten Zeichen haben von allem etwas	108
3.3.	Was verstehen wir unter Pragmatik?	111
3.3.1.	Zeichen und Zeichensysteme	111
3.3.2.	Was hat Design mit Kunst zu tun?	113
3.3.3.	Die Vermittlung konkreter Realität	113
3.3.4.	Wie präzise lässt sich Bedeutung vermitteln?	116
3.3.5.	Wie unterschiedliche Zeichenarten wirken	116
4.	Modernes Kommunikationsdesign und gestalterische Praxis	142
4.1.	Bemerkungen zu Kreativität und Intuition	142
4.2.	Eine Systematik des Gestaltungsprozesses	142
4.2.1.	Strategien der Umsetzung	143
4.2.2.	Konzeption und Objektanalyse	143
4.2.3.	Eine systematische Aussagenentwicklung	147
4.2.4.	Beispiel für die Anwendung	149
5.	Kommunikationsdesign und mediales Umfeld	159
5.1.	Entwicklungen im Umweltdesign	159
5.2.	Der Einfluss der neuen Kommunikationstechniken	191
5.2.1.	Gestaltungsbeiträge elektronischer Kommunikation	193
5.2.2.	Zum Selbstverständnis des Kommunikationsdesigners	200
5.2.3.	Konsequenzen für die Ausbildung	201

1.	Introduction	9
1.1.	Les fonctions de la communication visuelle	9
1.2.	La communication est fondée sur des théories	13
1.3.	Suggestions pour la pratique	23
2.	Les fondements de la théorie des signes	29
2.1.	Existe-t-il un langage des images?	29
2.2.	La triple relation du signe	34
2.2.1.	Comment définir les signes?	34
2.2.2.	Une petite digression philosophique	36
2.2.3.	De la dynamique du processus du signe	38
3.	Une meilleure communication par une utilisation choisie du signe	58
3.1.	Que comprenons-nous par la syntactique?	58
3.1.1.	Éléments fondamentaux des signes figuratifs	58
3.1.2.	Faut-il observer des règles syntactiques ou les rejeter?	65
3.1.3.	Les niveaux de description	91
3.2.	Que comprenons-nous par la sémantique?	99
3.2.1.	La dimension sémantique	99
3.2.2.	La représentation d'objets par des signes	100
3.2.3.	Les meilleurs signes sont composites	108
3.3.	Que comprenons-nous par la pragmatique?	111
3.3.1.	Signes et systèmes de signes	111
3.3.2.	Le design et l'art: qu'ont-ils en commun?	113
3.3.3.	La transmission de la réalité concrète	113
3.3.4.	Avec quelle précision le sens peut-il être transmis?	116
3.3.5.	L'impact des différents types de signes	116
4.	Le design de communication actuel et la pratique de la création	142
4.1.	Remarques sur la créativité et l'intuition	142
4.2.	Une systématisation du processus de création	142
4.2.1.	Stratégies de la transposition	143
4.2.2.	Conception et analyse de l'objet	143
4.2.3.	Un développement systématique des énoncés	147
4.2.4.	Exemple d'utilisation	149
5.	Le design de communication et l'environnement médiatique	159
5.1.	Tendances du design pour l'environnement	159
5.2.	L'influence des nouvelles techniques de communication	191
5.2.1.	Les contributions de la communication électronique à la création	193
5.2.2.	De l'image que le designer de communication a de lui-même	200
5.2.3.	Conséquences pour la formation	201