

Kriterien zur Analyse von Kommunikationsdesign

Funktionen

Kommunikationsdesign (Werbeprodukte wie Plakate und Werbeanzeigen, Flyer, Cover, Logo- und Corporate Design) besitzt, im Gegensatz zur freien Bildenden Kunst, klar definierte Funktionen:

1. Werben und / oder
2. Informieren und Kommunizieren
3. Symbolische Funktionen
 - a. Markenbildung
 - b. Corporate Design

Analysekriterien

I. Form

Kategorie	Fragestellungen	Info
1. Komposition	Aspekte des Bildaufbaus: <ul style="list-style-type: none">● Symmetrie / Asymmetrie● Statik / Dynamik● Geschlossenheit / Offenheit	zur Analyse allgemein, siehe http://www.kunstimunterricht.de/werkanalyse/kriterien/127-bildanalyse-erweitert-er-fragenkatalog.html
2. Form	Gewählte Gestaltungsmittel > <ul style="list-style-type: none">● Naturalismus / Grad der Abstraktion● Form-Kontraste● Form-Anmutungen● Form-Wirkungen	
3. Farbe	Gewählte Gestaltungsmittel > <ul style="list-style-type: none">● Farb-Palette● Farb-Kontraste● Farb-Wirkungen	

II. Besondere Gestaltungsmittel im Kommunikationsdesign

Mittel	Fragestellungen	Info
Collage	Art des Collagematerials: <ul style="list-style-type: none">● Fotografien, Zeitungsausschnitte,● farbige Papiere, besondere Materialien, ... und dessen Wirkungen: <ul style="list-style-type: none">● schäbig, edel, ... Art der Collagetechnik: <ul style="list-style-type: none">● nach dem Motiv● gegen das Motiv● Zufallstechniken (Reißen, schütteln, werfen, ...)	
Mixed Media	Art der Kombinationen: <ul style="list-style-type: none">● Techniken: Fotografie, Grafik, Malerei, Typografie, ...● Motive: Abstrakt, figurativ, Strukturen, Wolkenhintergründe, ...	

Fotografie	<ul style="list-style-type: none"> ● 99% inszenierte Fotografie <ul style="list-style-type: none"> ○ Lichtdesign ○ Location ○ Modelle ● 99% digitale Nachbehandlung <ul style="list-style-type: none"> ○ Haut ○ Körper ○ Hintergrund ○ Collage = Composing ● Bildkomposition und ● Bildwirkung 	siehe auch http://www.kunstimunterricht.de/werkanalyse/kriterien/128-kriterien-zur-analyse-der-fotografie.html zur künstlerischen Fotografie
Typografie	Wirkung von <ul style="list-style-type: none"> ● Schriftform und ● Schriftfarbe Wirkung der Schriftarten: <ul style="list-style-type: none"> ● Serif, Sans Serif, Slab Serif, ● Sonderformen wie Kaligrafie, Comic und Typo-Experimente 	siehe David Carson http://www.kunstimunterricht.de/kurse/ehrplan/16-kunstgeschichte/kuenstler/43-carson-grafikdesign-pdf-praesentation.html Jan Tschichold

III. Funktionen

Kategorie	Fragestellung	Info
Werbegehalt	Was wird beworben? Mit welchen Mitteln wird geworben? <ul style="list-style-type: none"> ● Klassische Werbeprodukte wie Plakate, Flyer, ... ● Neue digitale Medien wie Mailings, Apps, ...) 	
Informationsgehalt, Kommunikationsgehalt	Welche Informationen werden vermittelt? Wie wird kommuniziert? <ul style="list-style-type: none"> ● Interaktion ● Aktion <> Reaktion ● Intervention 	
Symbolische Funktionen	<ul style="list-style-type: none"> ● Welche Zielgruppe wird angesprochen (Sinusgruppen)? (soziale Schicht, Altersgruppe, Berufsgruppe, ...) ● Was wird ausgedrückt und vermittelt? (Freiheit, Sportlichkeit, Reichtum, Prestige, Abenteuer, Freizeit, Lifestyle, Coolnes, ...) ● Welche Kaufanreize werden erzeugt? (Projektion von Wünschen, Image-Pflege, Luxus, ...) 	