Herzlich Willkommen

Markus Schröppel

Professor, Doctor of Arts, Diplom Designer;
Visuelle Kommunikation

Media
University
of Applied Sciences

UNIVERSITY OF LAPLAND
LAPIN YLIOPISTO

DR Design Research

Was erwartet Sie in diesem Modul?

Aufgabe: Analyse

Bsp.:

SCHMECKT
WIE SELBST-
GEKOCHT.
WENN DU
KOCHEN
KÖNNTEST.
HEAT IT
EAT IT
LOVE IT
JU IT
AUSGEWOGENE TIEFKÜHLGERICHTE.
FERTIG IN 8 MINUTEN.
JETZT BESTELLEN:
JUIT.COM

2. Emotionale Wirkung und Ausdruck:

2. Emotionale Wirkung und Ausdruck:

Wie fühlt es sich an?

Welche Stimmung wird vermittelt?

Bilder wirken schnell und stark auf unsere Emotionen ein, oft schneller und stärker als Worte. Sie können Gefühle wie Freude, Traurigkeit, Angst oder Wut hervorrufen, und das oft ohne, dass wir uns bewusst darüber sind.

Emotionale Wirkung:

Schnelle und starke Reaktion: Bilder können Gefühle direkt und fast sofort hervorrufen, während Texte oft eine gewisse Zeit zum Verarbeiten benötigen.

Physiologische Reaktionen:

Neben Emotionen können Bilder auch physiologische Reaktionen auslösen, wie z.B. einen erhöhten Herzschlag oder Veränderungen im Blutdruck.

Negative Bilder vs. Positive Bilder:

Negative Bilder, wie Gewalt oder Angst, können oft stärkere emotionale Reaktionen hervorrufen als positive Bilder.

Traumatisierung:

Negative Bilder können bei Betrachtern, insbesondere bei Menschen mit voran-gegangenen traumatischen Erfahrungen, zu post-traumatischem Stress führen.

Positive Bilder und Engagement:

Positive Bilder in sozialen Medien können mehr Aufmerksamkeit und Engagement hervorrufen

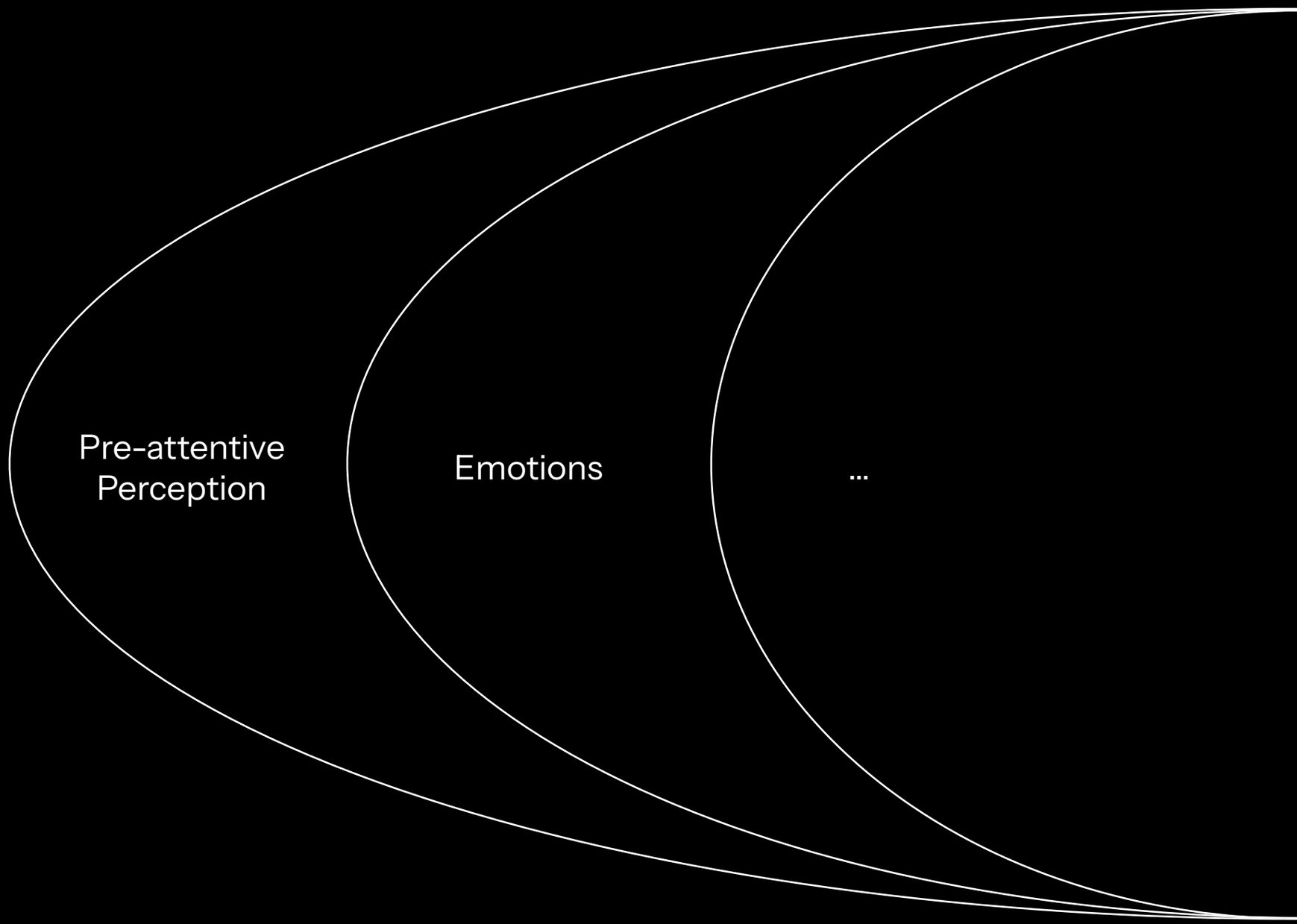
TikTok

Bsp.:

SCHMECKT
WIE SELBST-
GEKOCHT.
WENN DU
KOCHEN
KÖNNTEST.
HEAT IT
EAT IT
LOVE IT
JU IT
AUSGEWOGENE TIEFKÜHLGERICHTE.
FERTIG IN 8 MINUTEN.
JETZT BESTELLEN:
JUIT.COM

Emotionale Wirkung

Sind wir betroffen?
Spüren Sie es?
Welche Stimmung wird vermittelt?


Pre-attentive
Perception
Emotions
...

Präattentive Wahrnehmung

(aus lat. prä: vor und attentio: Aufmerksamkeit) ist eine vorbewusste, unterschwellige Wahrnehmung von Sinnesreizen.

Werbung nutzt Emotionen

Werbung nutzt Emotionen

Werbung nutzt Emotionen

Die Emotionen der Verbraucher beeinflussen Kauf- und Konsum-entscheidungen.

Werbung nutzt Emotionen

Unabhängig von der spezifischen Art und Weise, wie die verschiedenen Verknüpfungen hergestellt werden, sollte die Verknüpfung emotionaler Reaktionen mit markenbezogenen Hinweisen zu einem positiven Image führen, das den Kauf und Konsum des Produkts fördert.

Mizerski, R. W., & White, J. D. (1986). Understanding and using emotions in advertising. Journal of Consumer Marketing, 3(4), 57–69.

Emotion (*1579)

vor Emotionen:

- Begierden
- Leidenschaften
- Zuneigungen
- Gefühle

Dixon T. (2012). "Emotion": The History of a Keyword in Crisis. Emotion review : Journal of the International Society for Research on Emotion, 4(4), 338–344.

Emotion (*1579)

= é … motion
= eine besondere (innere)
Bewegung

„Ich bin bewegt!“

Dixon T. (2012). “Emotion”: The History of a Keyword in Crisis. Emotion review : Journal of the International Society for Research on Emotion, 4(4), 338–344.

Emotionen

„Es scheint daher, dass alle Neigungen der Seele einen Körper beinhalten – Leidenschaft, Sanftmut, Furcht, Mitleid, Mut, Freude, Liebe und Hass; bei all diesen geht eine gleichzeitige Neigung des Körpers einher.“

Aristoteles. (350 v. Chr.). Über die Seele. http://classics.mit.edu/Aristotle/soul.1.i.html

2. Emotionen

2.1 Sind wir betroffen?
2.2 Spüren wir es?
2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

2.1 Sind wir betroffen?

https://www.wie-gehts-dir.ch/emotionen-abc

Emotionen

Emotionen können zwar direkt sein, treten aber auch auf höheren Ebenen kognitiver Aktivität auf!

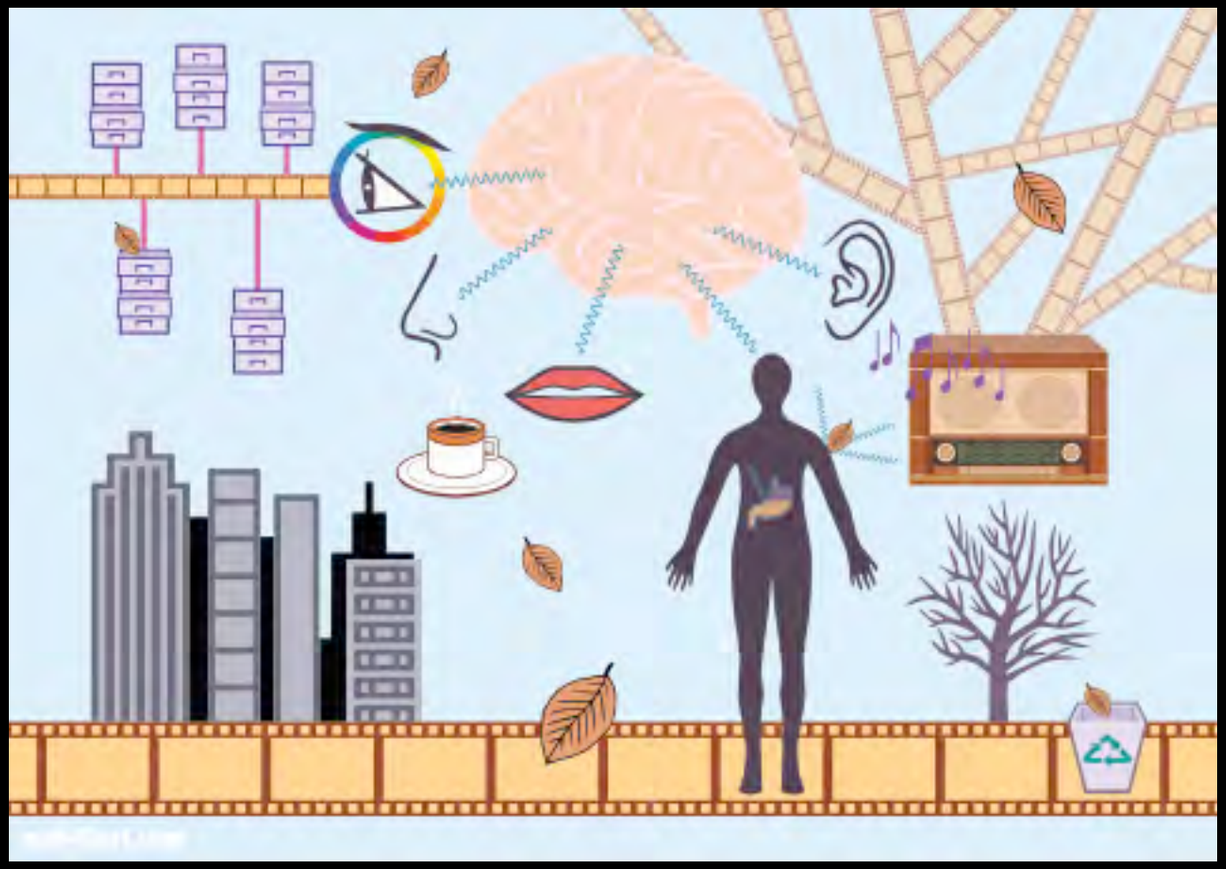
Emotionen

Beeinflussung
Kurzfristig
Leicht zu ändern,

Stimmungen
Langfristig
schwer zu ändern

Wie geht's dir?

Exterozeption Interozeption



Exterozeption

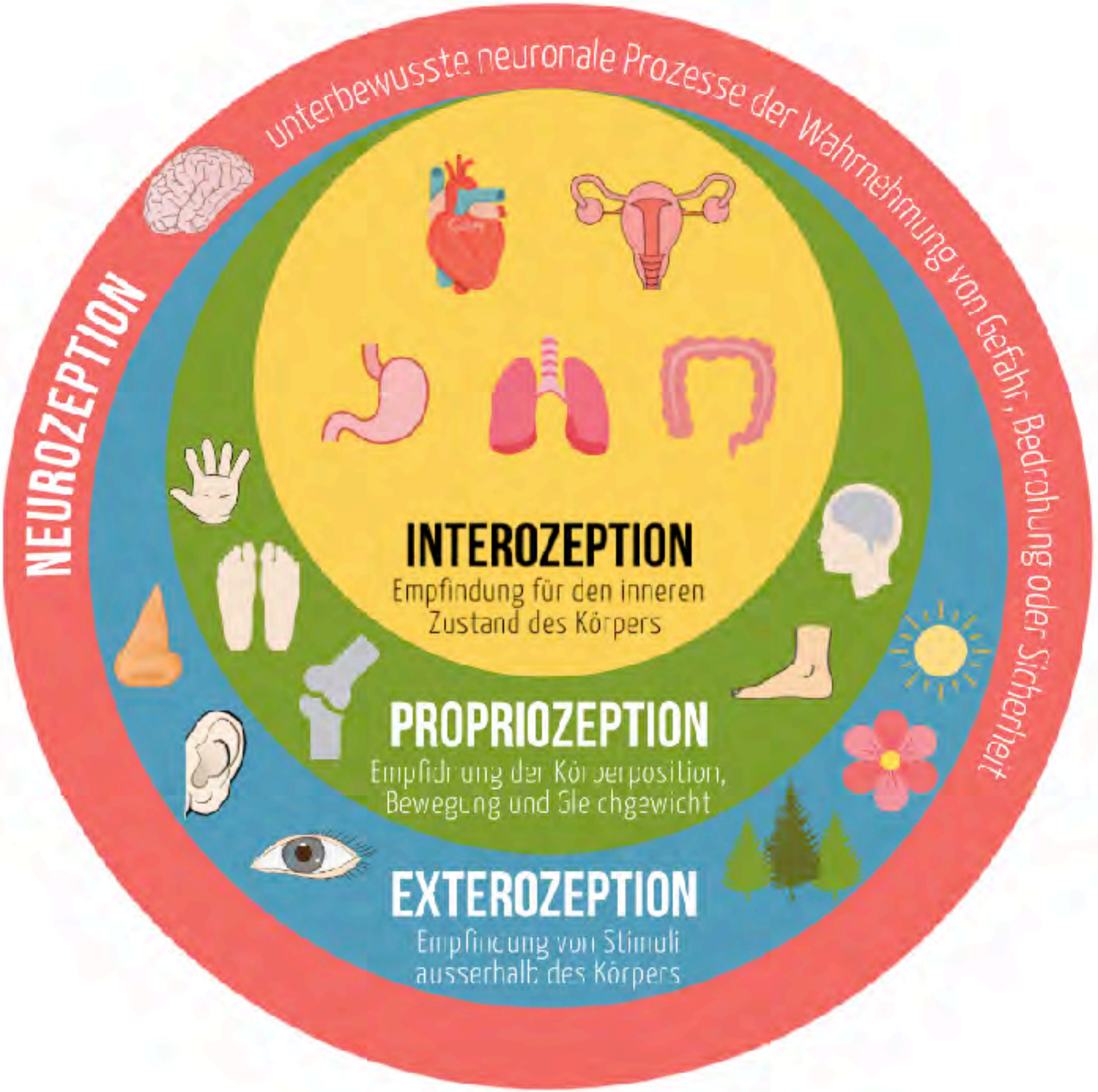
Fernwahrnehmung:
Hören, Sehen, Riechen

Kontaktwahrnehmung:
Berührung, Geschmack, Druck,
Temperatur, Schmerz

Interozeption

Propriozeption:
Wahrnehmung der Körperposition und der Bewegung im Raum

Viszerozeption:
Wahrnehmung der Organaktivität


NEUROZEPTION
unterbewusste neuronale Prozesse der Wahrnehmung von Gefahr, Bedrohung oder Sicherheit
INTEROZEPTION
Empfindung für den inneren Zustand des Körpers
PROPRIOZEPTION
Empfindung der Körperposition, Bewegung und Gleichgewicht
EXTEROZEPTION
Empfindung von Stimuli ausserhalb des Körpers

Wie würde uns das Sehen allein beeinflussen?

Wie würde uns das Sehen allein beeinflussen?

Physisch gesehen ist es nur ...

- Helligkeit
- Farben

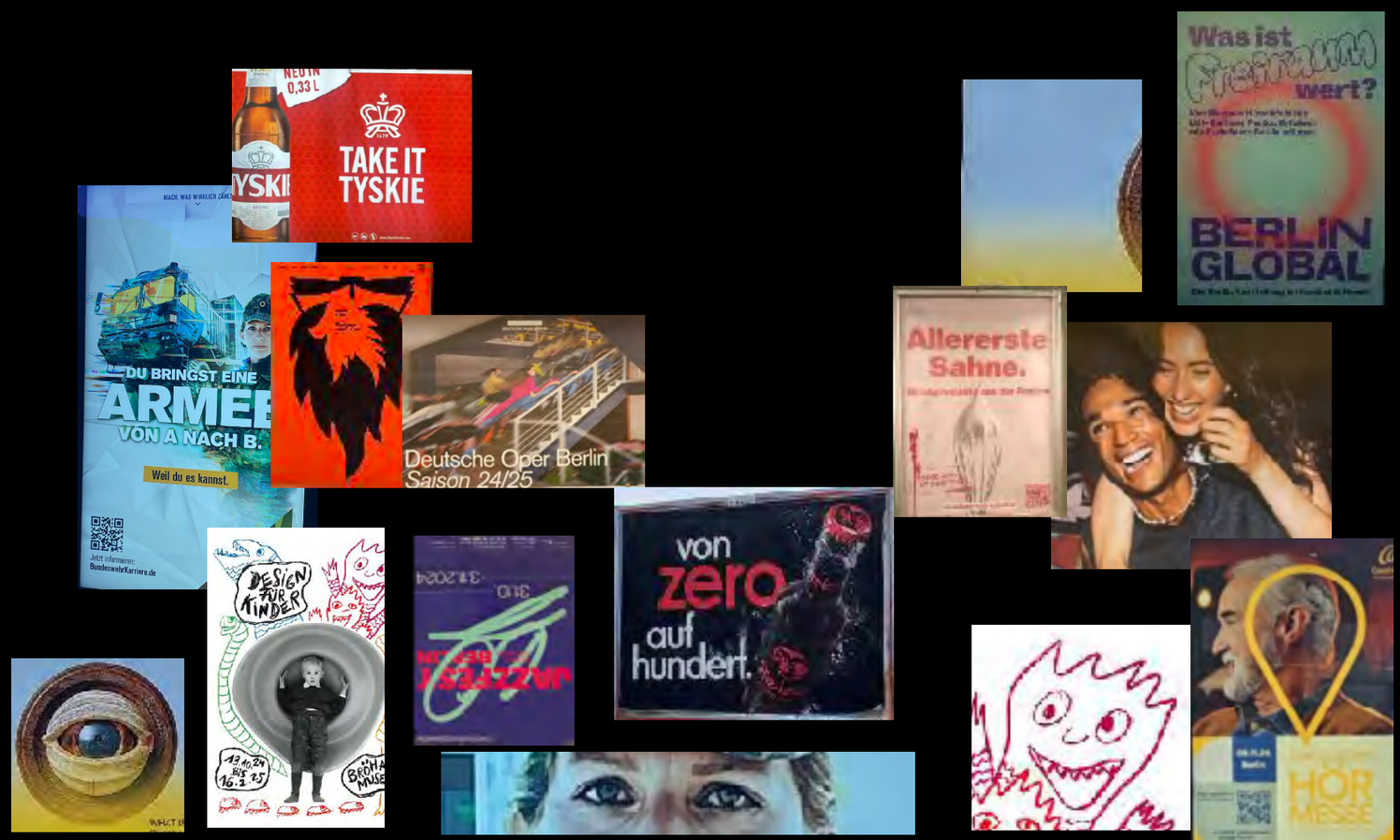
Wie würde uns das Sehen allein beeinflussen?

Denken Sie an RGB (L.a.b.) ...
... und dann an Anderungen von:

- Helligkeit
- Farben

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Eine erste Clusterung ...



Unpleasant Feelings

Pleasant Feelings

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Wirkt sich Rot negativ auf uns aus? Es ist auf jeden Fall sehr aktiv!

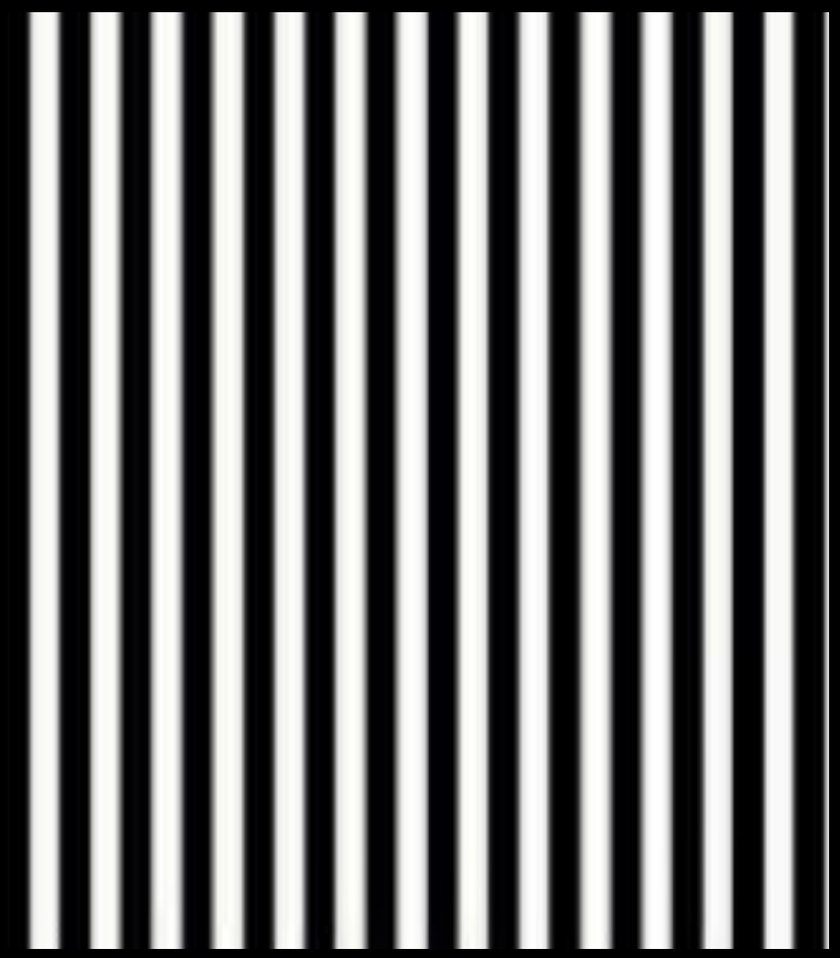
Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Im Vergleich dazu wirkt
Königsblau ruhiger.
Wirkt es für uns positiv?

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Dieser sanfte Farbverlauf ist angenehm, wir können unsere Augen ausruhen. Wirkt er positiv auf uns?

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?



Im Vergleich dazu können uns diese Zeilen stressen! Sie wirken sich negativ auf uns aus.

Wilkins, A. (2021). Visual stress: Origins and treatment. CNS Journal, 6(January 2021), 1–8.

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Das Auge ist etwas unheimlich!

Wirkt es negativ auf uns?

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Diese Komposition ist unaufgeräumt.
Es erfordert Mühe, sie zu verstehen.

Wirkt sich das negativ auf uns aus?

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Diese Gestaltung ist leicht zu verstehen.

Wirkt sie positiv auf uns?

Wie würde uns allein das Sehen beeinflussen?

Eine erste Checkliste:

Negativ (Schmerz)

- ☐ Sehr helles Bild
- ☐ Schnell flimmerndes Bild
- ☐ Figur-Grund-Flimmern
- ☐ Kontrastreiche Muster im Vordergrund
- ☐ (Seitwärtsbewegung)

Positiv (Lust)

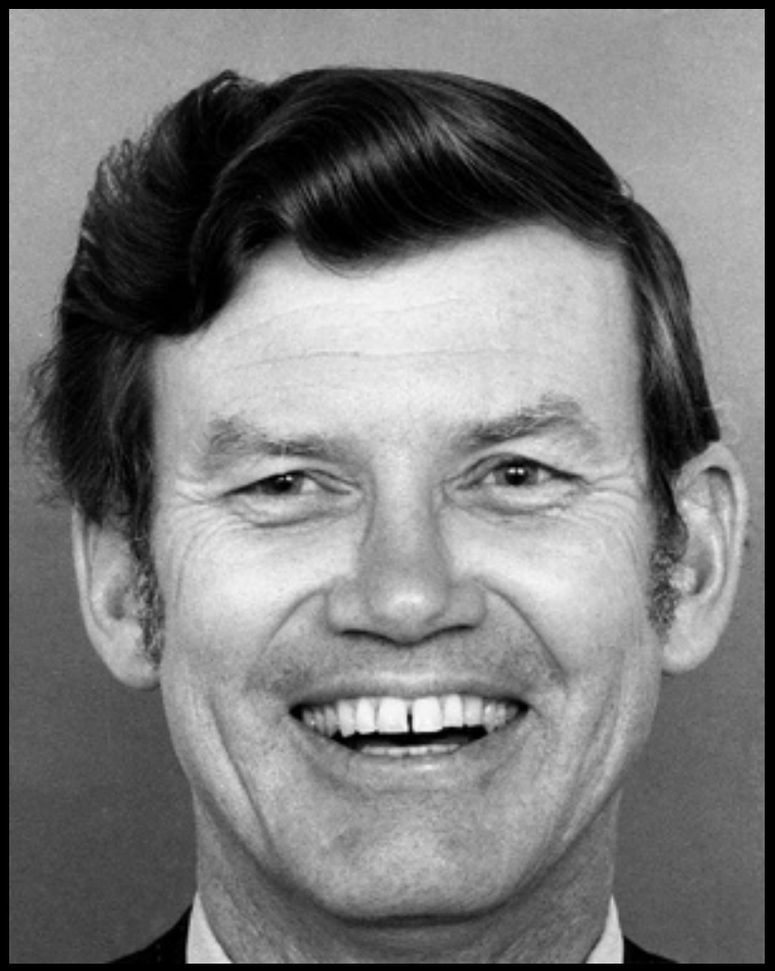
- ☐ Sanfte Farbverläufe
- ☐ Monochromatische Oberflächen
- ☐ Sanfte, runde Formen
- ☐ Eine einfache Form?

Wie würde uns das Sehen allein beeinflussen?

(dargestellter) Mensch

Sind Sie betroffen? Spricht Sie das an?

Ein (dargestellter) Mensch
Spricht Sie das an?



Sind Gesichtsausdrücke universell?
Paul Ekman

Gefühle lesen:
Werden Sie angesprochen?

Ekman, Paul. (2020). *Gefühle lesen.* Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, p. 262.

Ein (dargestellt) lächelnder Mensch
Werden Sie angesprochen?

Ad, Times of India (2019)

Ein (dargestellt) nackter Mensch
Spricht Sie das an?

Pearl tobacco (1871)

Achtung!

Es folgen Bilder mit Gewalt/Leid ...

Ein (dargestellt) leidender Mensch
Bewegt Sie das?

Dead Kennedys. Plastic Surgery Disasters. Album cover (1982)

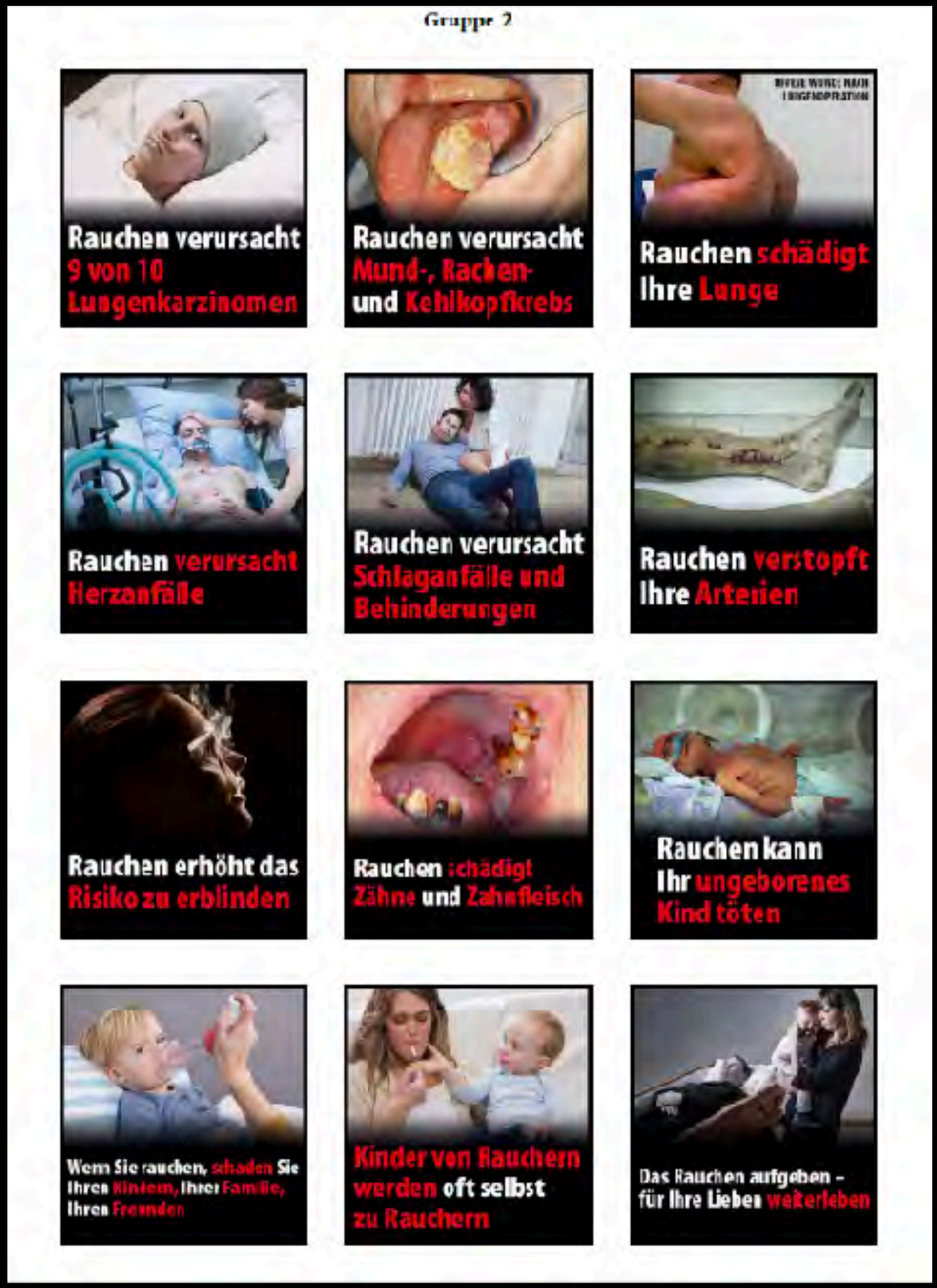
Ein (dargestellt) leidender Mensch
Bewegt Sie das Bild?

Kampagnenplakat, Germany (1965)

Ein (dargestellt) leidender Mensch
Bewegt Sie das?

Parodie-Werbung von Adbusters (2015)

(dargestellt) innere Körperteile Bewegt Sie dies?

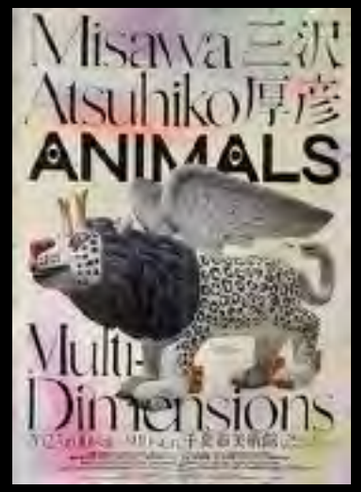


Gesundheitswarnungen für Tabakverpackungen, Europäische Union (2014)

Körpergenre „Horror und Pornografie sind die einzigen beiden Genres, die sich speziell der Erregung körperlicher Empfindungen widmen“ (Clover, 1987).

http://www.artandpopularculture.com/Body_genre

(dargestellte) Menschen/Tiere
Bewegt Sie das?



(dargestellte) Zerstörung
Bewegt Sie das?

(dargestellte) Zerstörung
Bewegt Sie das?

(dargestellte) Zerstörung
Bewegt Sie das?

poster for "action" movie (2009)

Menschen interessieren uns immer. Das wissen wir bereits aus Tachistoskop- und Eye-Tracking-Studien. Nun könnte uns ein lächelnder Mensch, selbst wenn er dargestellt wird, berühren. Wirkt sich das positiv auf uns aus?

„Übrigens verknüpft die Tyskie-Werbung „emotionale Reaktionen mit markenbezogenen Hinweisen, [die] zu einem positiven Image führen sollen, das den Kauf des Produkts erleichtert.“

Mizerski, R. W., & White, J. D. (1986). Understanding and using emotions in advertising. Journal of Consumer Marketing, 3(4), 57–69.

Welche Auswirkungen hätte das Sehen allein auf uns?

Negativ (Schmerz)

- ☐ Sehr helles Bild
- ☐ Schnell flimmerndes Bild
- ☐ Figur-Grund-Flimmern
- ☐ Kontrastreiche Muster im Vordergrund
- ☐ (Seitwärtsbewegung)

Positiv (Lust)

- ☐ Sanfte Farbverläufe
- ☐ Monochromatische Oberflächen
- ☐ Sanfte, runde Formen
- ☐ Eine einfache Form?

… und manches Dargestellte berührt uns …

Negativ (Schmerz)

- ☐ Leidende Menschen
- ☐ Innere Körperteile
- ☐ Zerstörung?
- ☐ Tod?

Positiv (Lust)

- ☐ Lächelnde Menschen
- ☐ Nackte Menschen?

Welche Auswirkungen hätte das Sehen allein auf uns?

Negativ (Schmerz)

- ☐ Sehr helles Bild
- ☐ Schnell flimmerndes Bild
- ☐ Figur-Grund-Flimmern
- ☐ Kontrastreiche Muster im Vordergrund
- ☐ (Seitwärtsbewegung)

Positiv (Lust)

- ☐ Sanfte Farbverläufe
- ☐ Monochromatische Oberflächen
- ☐ Sanfte, runde Formen
- ☐ Eine einfache Form?

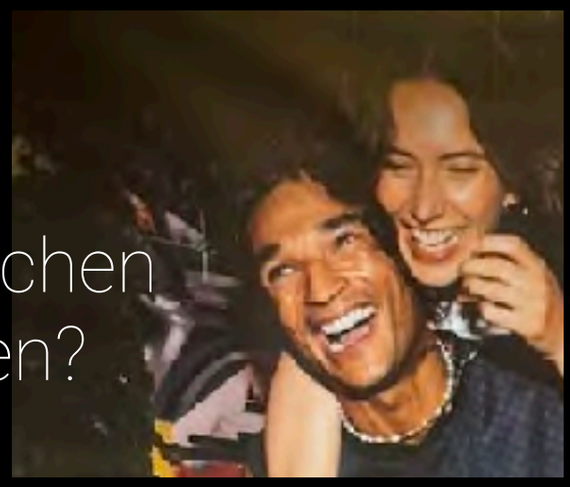
… und manches Dargestellte berührt uns …

Negativ (Schmerz)

- ☐ Leidende Menschen
- ☐ Innere Körperteile
- ☐ Zerstörung?
- ☐ Tod?

Positiv (Lust)

- ☐ Lächelnde Menschen
- ☐ Nackte Menschen?



Bsp.:

SCHMECKT
WIE SELBST-
GEKOCHT.
WENN DU
KOCHEN
KÖNNTEST.
HEAT IT
EAT IT
LOVE IT
JU IT
AUSGEWOGENE TIEFKÜHLGERICHTE.
FERTIG IN 8 MINUTEN.
JETZT BESTELLEN:
JUIT.COM

Emotionale Wirkung

In Ihrem Bericht:

2.1 Sind wir betroffen?

Beantworten Sie diese Frage anhand der Checkliste.

P.S. Wir neigen dazu, die Welt nach unserer Stimmung zu bewerten („Stimmungskongruenz“).
„Fröhliche“ Werbung kann sich bei schlechter Laune falsch anfühlen.

Sind Anzeigen, die schlechte Laune vermitteln, in einer geschäftigen Stadt effektiver?

Wie dem auch sei, wir müssen vorsichtig sein mit Gleichungen wie: „Glückliches Gesicht = positive Bewertung des Betrachters“.

2. **Emotionale Wirkung**

2.1 Sind wir betroffen?

2.2 Spüren Sie es?

2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

Sechs Grundemotionen

1. Fröhlichkeit

2. Wut

3. Ekel

4. Furcht

5. Traurigkeit

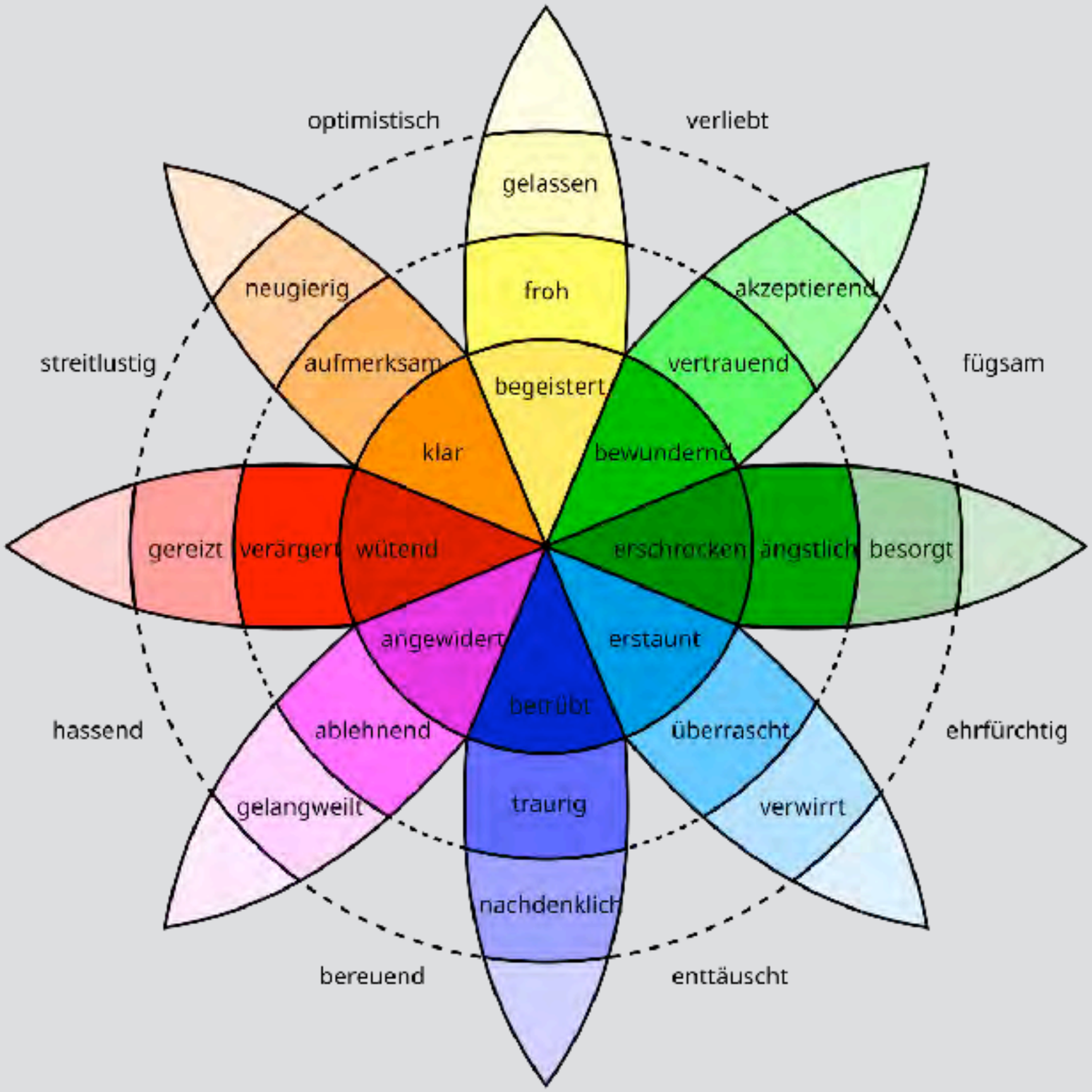
6. Überraschung

Ekman, P. (1999). Basic Emotions. In Dalgleish, T. & Power, M. J. (Eds.),
Handbook of Cognition and Emotion (pp. 45-60). New York: John Wiley & Sons.

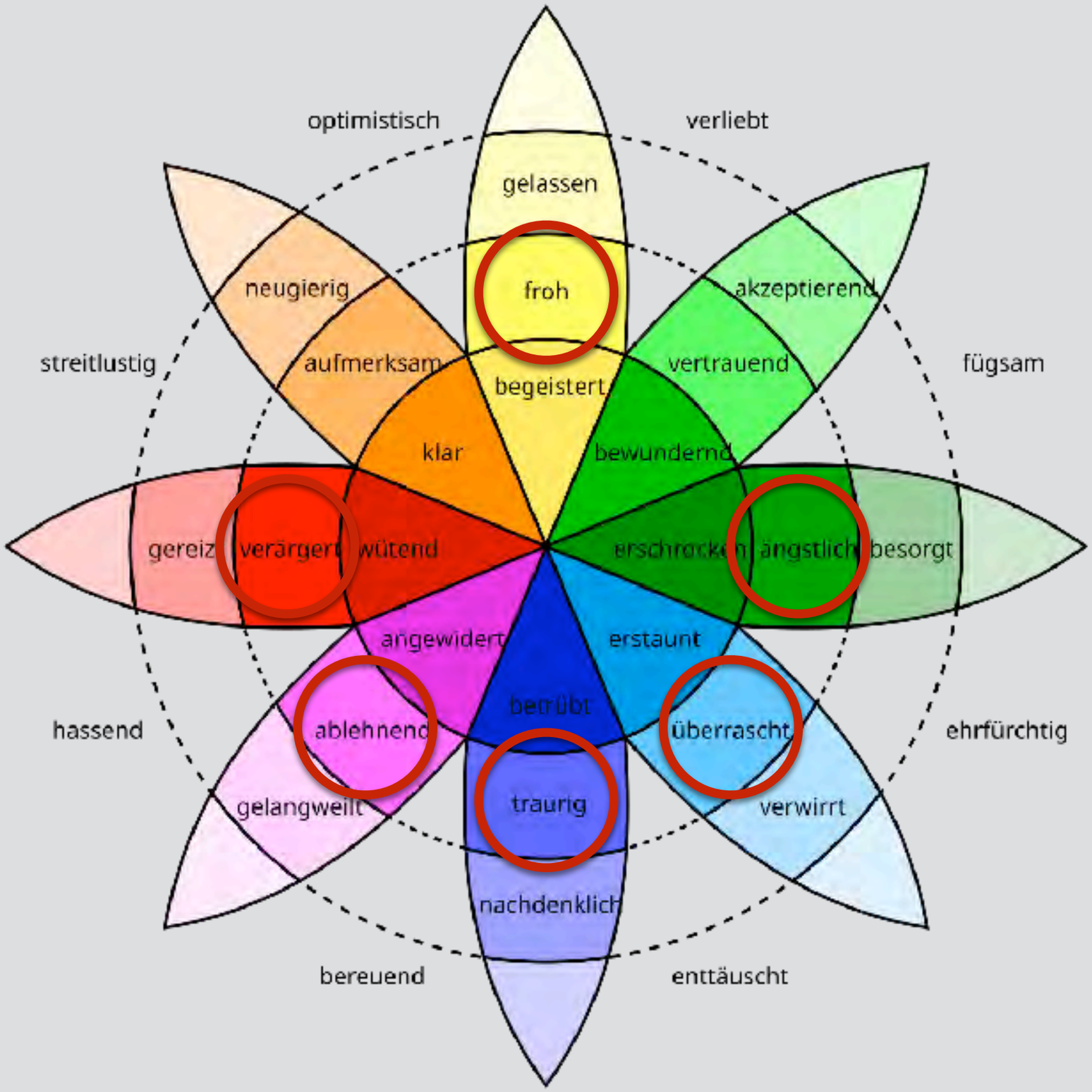
Moment mal …
warum nochmal Menschen?

Im ersten Unterkapitel „Affekt“ haben wir nach direktem Einfluss gefragt.
Jetzt schauen wir genauer hin.
Können wir verstehen, was unsere Emotionen ausdrücken?
Bitte beachten Sie, dass wir uns noch auf einem sehr niedrigen Niveau emotionaler Bewertung befinden.

Robert Plutchiks Rad der Gefühle (1980)



Robert Plutchiks Rad der Gefühle (1980)



Sechs Grundemotionen

- Wut
- Ekel
- Angst
- Freude
- Traurigkeit
- Überraschung

2.2 Spüren Sie es?

Verstehen wir, wie sich diese Lebewesen fühlen?

2.2 Spüren Sie es?

Verstehen wir, wie sich diese Lebewesen fühlen?

Traurig

Fröhlich

????

2.2 Spüren Sie es?

Der Gesichtsausdruck ist sicherlich der aussagekräftigste Indikator für Emotionen.

Auch die Körperhaltung ist ein wichtiger Indikator für uns.

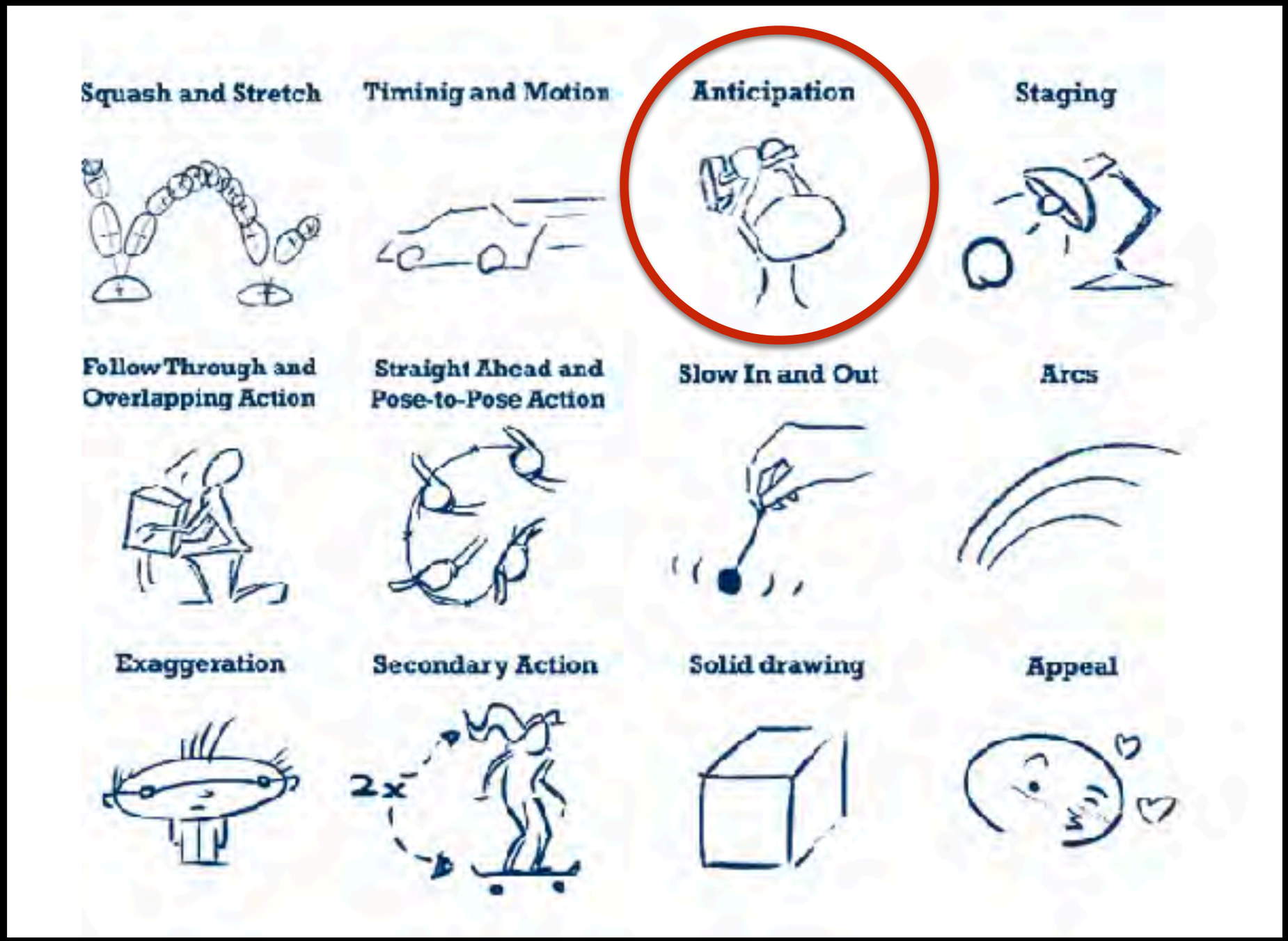
2.2 Spüren Sie es?

Wsewolod E. Meyerhold (1874-1940) und die Biomechanik

„Bogenschießen“ nach Wsewolod E. Meyerhold

1. Otkas – die vorbereitende Gegenbewegung
2. Posyl – Ausführung der Bewegung
3. Stoika – Stand (Fixierung)

Ähnlich: Antizipation von Disneys 12 Prinzipien der Animation



2.2 Spüren Sie es?

Ein weiterer wichtiger Indikator für uns ist die Körperhaltung.

2.2 Spüren Sie es?

Es braucht nicht viel, um in einer Sache einen menschlichen Ausdruck zu finden!

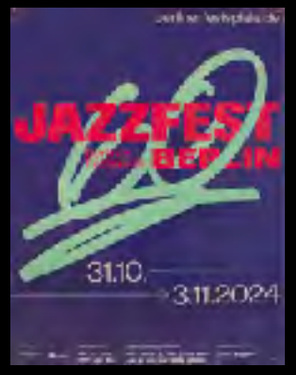
U.S.A.

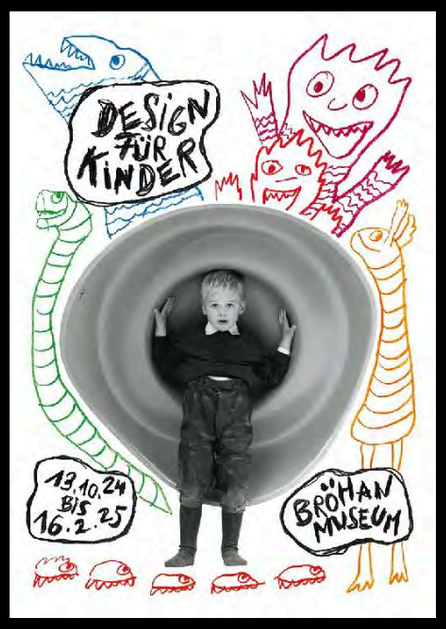
FACES

BY FRANÇOIS AND JEAN ROBERT

Können wir alles als menschlichen Ausdruck kategorisieren?

Oder geht das zu weit?





Exterozeption

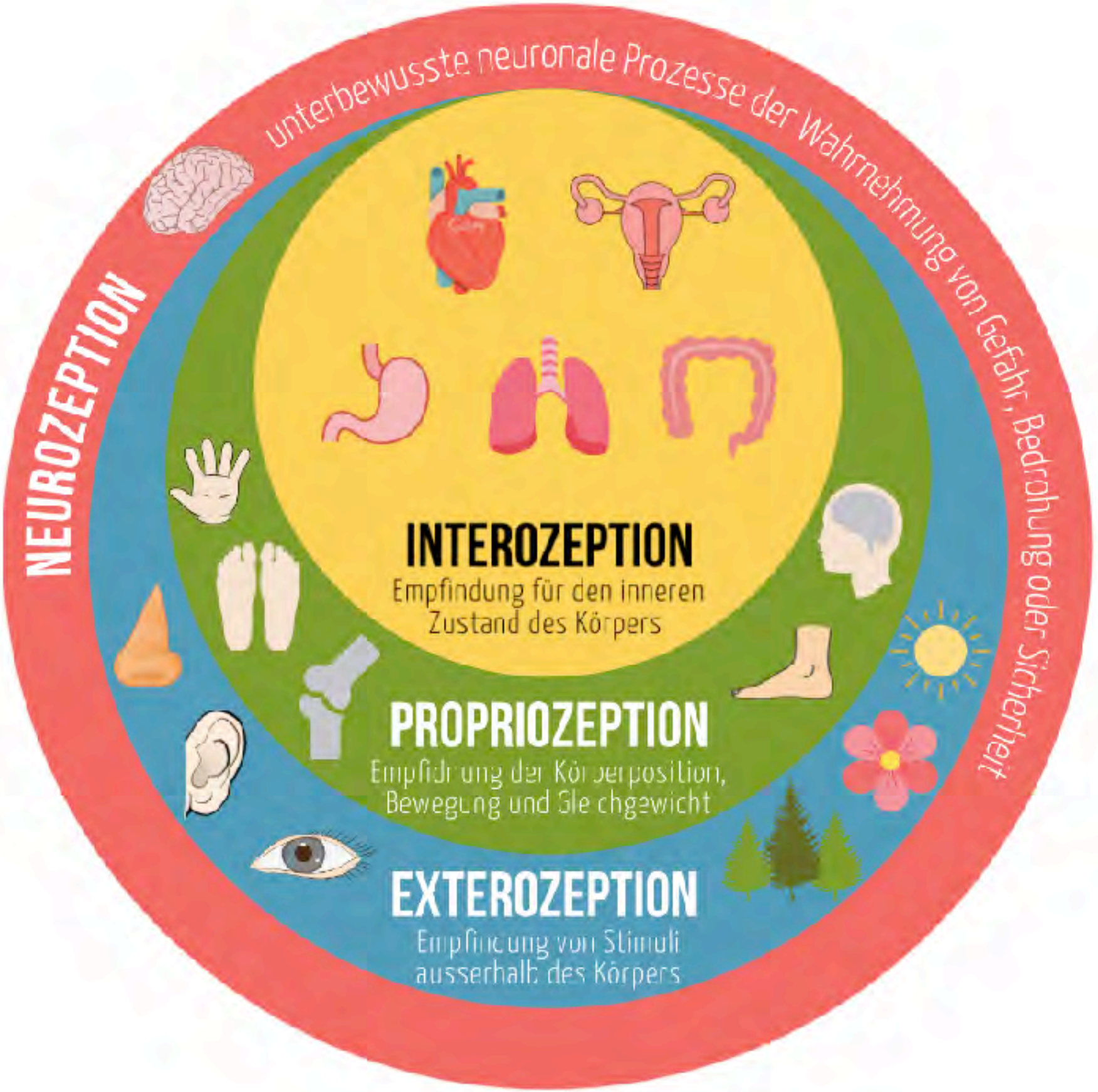
Fernwahrnehmung:
Hören, Sehen, Riechen

Kontaktwahrnehmung:
Berührung, Geschmack, Druck,
Temperatur, Schmerz

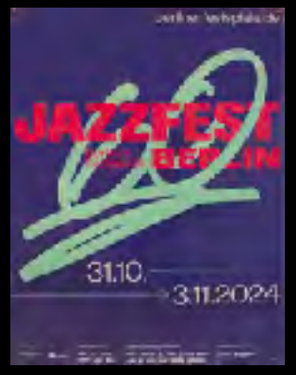
Interozeption

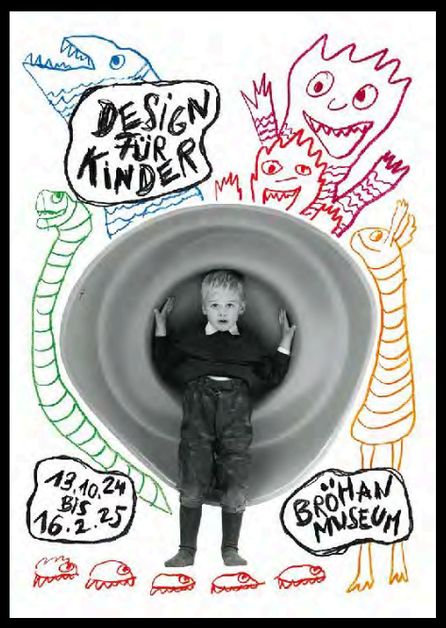
Propriozeption:
Wahrnehmung der Körperposition und der Bewegung im Raum

Viszerozeption:
Wahrnehmung der Organaktivität


NEUROZEPTION
unterbewusste neuronale Prozesse der Wahrnehmung von Gefahr, Bedrohung oder Sicherheit
INTEROZEPTION
Empfindung für den inneren Zustand des Körpers
PROPRIOZEPTION
Empfindung der Körperposition, Bewegung und Gleichgewicht
EXTEROZEPTION
Empfindung von Stimuli ausserhalb des Körpers

Das Auge alleine sieht Farben und Kontraste …





Das Auge alleine sieht Farben und Kontraste …

Poster. Berlin (2021)

Das Auge alleine sieht
Farben und Kontraste … als Klecks

Poster. Berlin (2021)

Auch das Auge sucht, erfasst, berührt das Sichtbare …

Und da mir umgekehrt jede Erfahrung des Sichtbaren stets im Kontext der Blickbewegungen gegeben war, gehört das sichtbare Spektakel ebenso sehr und ebenso wenig zur Berührung wie die „taktilen Qualitäten“. […]

Merleau-Ponty, M. (1968). Das Sichtbare und das Unsichtbare. Evanston: Northwestern University Press, S. 133–134.

Da derselbe Körper sieht und berührt, gehören Sichtbares und Greifbares zur selben Welt. [...]

Merleau-Ponty, M. (1968). Das Sichtbare und das Unsichtbare. Evanston: Northwestern University Press, S. 133–134.

Es gibt eine doppelte und gekreuzte Einordnung des Sichtbaren im Greifbaren und des Greifbaren im Sichtbaren; die beiden Karten sind vollständig, **verschmelzen aber dennoch nicht zu einer**. Die beiden Teile sind vollständige Teile, lassen sich aber dennoch nicht überlagern.

Merleau-Ponty, M. (1968). Das Sichtbare und das Unsichtbare. Evanston: Northwestern University Press, S. 133–134.

Wir verstehen, was wir mit anderen Sinnen sehen:
Auge (nur Sehen)
Auge und Nase (Sehen und Riechen)
Auge und Ohr (Sehen und Hören)
Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
Auge und Hand (Sehen und Tasten)
Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

Auge und Nase

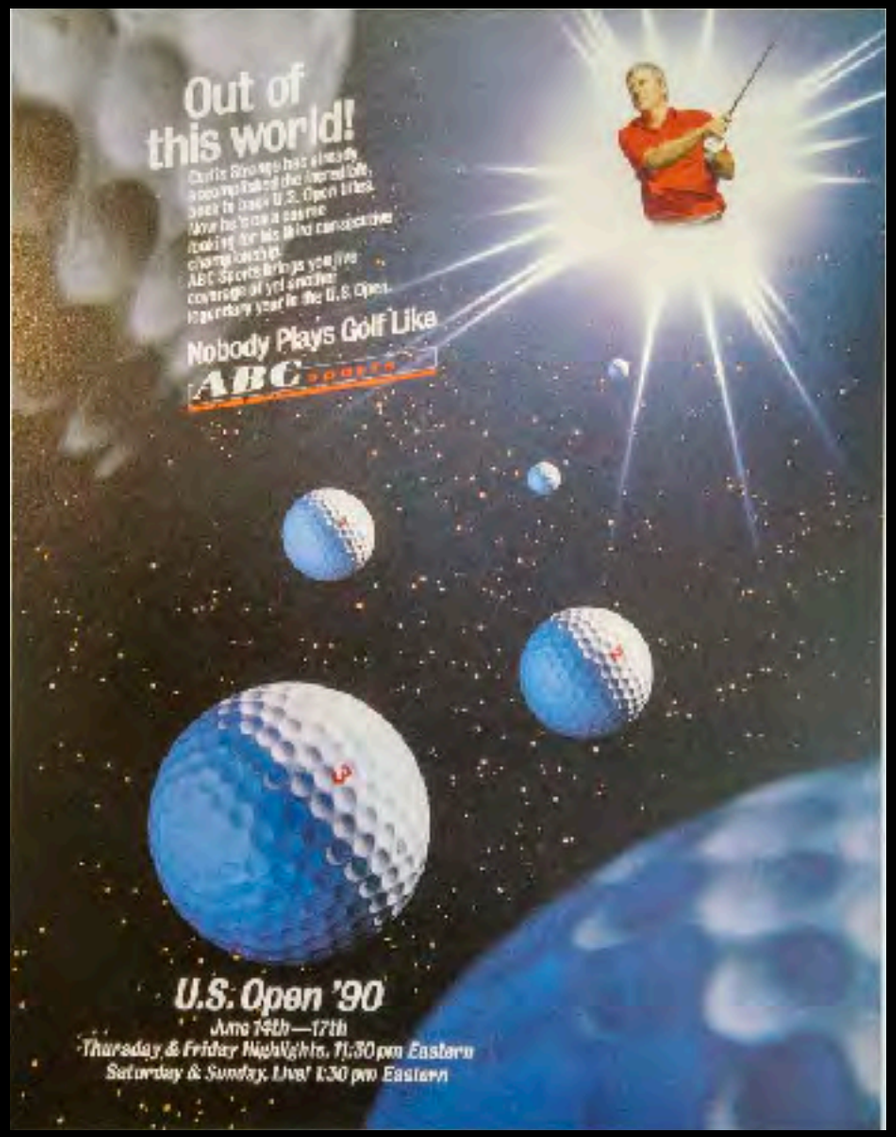
Auge und Nase

Album cover. Stanislaw Zagorski (1970)

Auge und Nase?

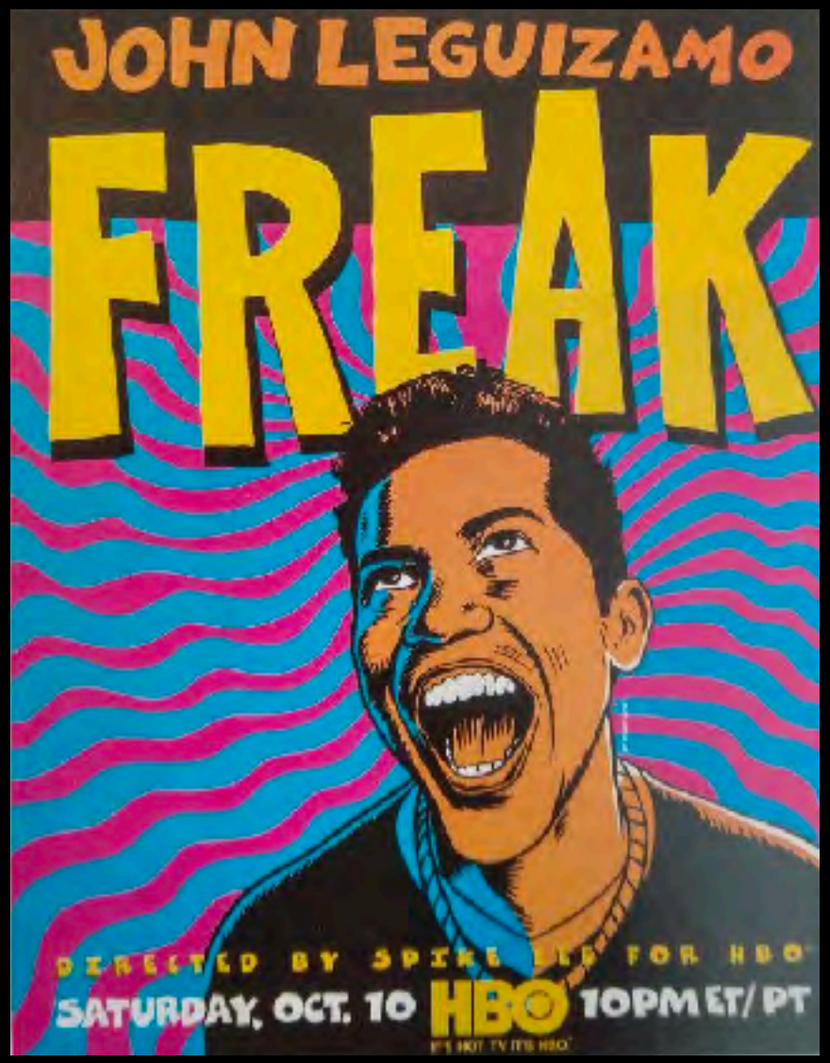
100 Beste Plakate 2019

Auge und Nase?



US Open, 1990

Auge und Nase?



John Leguizamo ›freak‹ 1998

Auge und Nase?

Designer sagen vielleicht:
„Ein auffälliges Design!“

100 Beste Plakate 2019

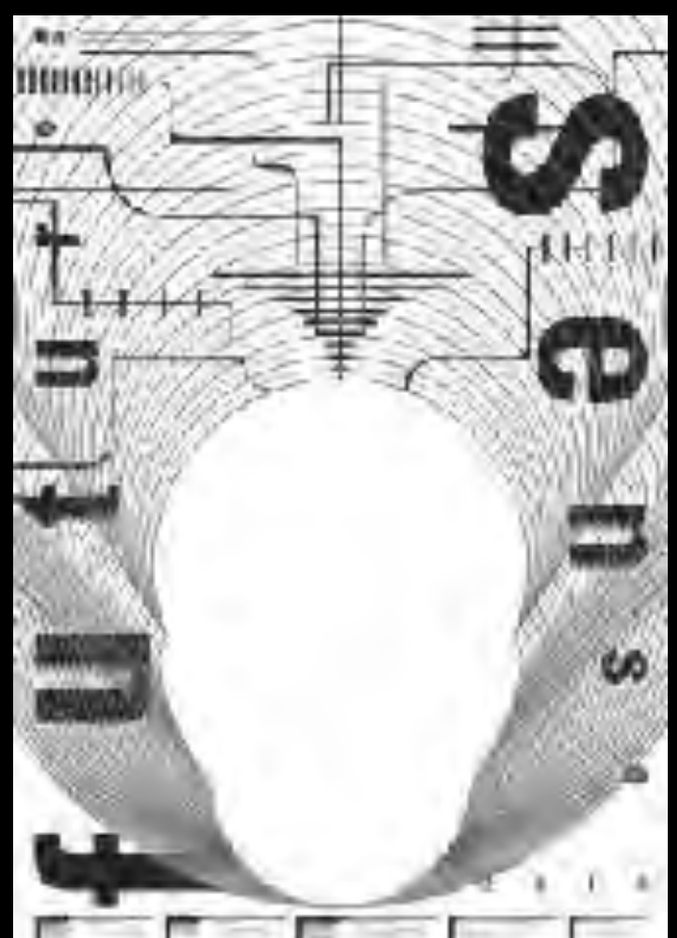
Auge und Ohr?

Das Hörbare
liegt in der Bewegung.
Die Wirkung des Klangs.

100 Beste Plakate 2019

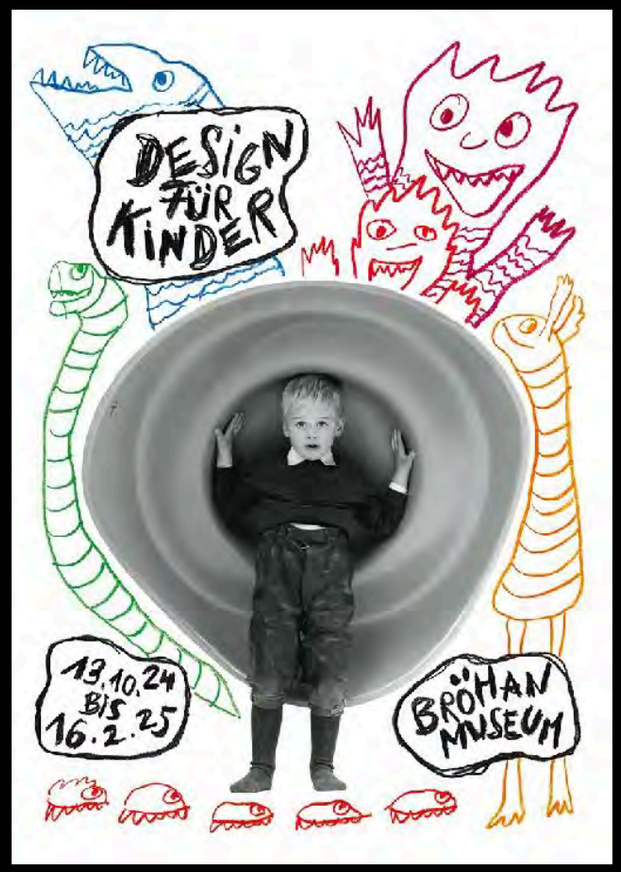
Auge und Ohr?

Das Hörbare
liegt in der Bewegung.
Die Wirkung des Klangs.



100 Beste Plakate 2019

Auge und Ohr?


DESIGN FÜR KINDER
13.10.24 BIS 16.2.25
BRÖHAN MUSEUM

DEUTSCHE OPER BERLIN
Deutsche Oper Berlin
Saison 24/25

Auge und Ohr?

SHAZAM!
AB 16. MÄRZ IM KINO

Oper
ZER
RIS
SEN

Heidelberger
Frühling
Musikfestival
17. März
– 15. April
2023

SUPER
HEROES
GEHEN
NICHT
AUF'S KLO

Auge und Mund?

Poster. Berlin (2021)

Auge und Mund?

Auge und Mund?

Auge und Mund?

Auge und Mund?

Auge und Mund?

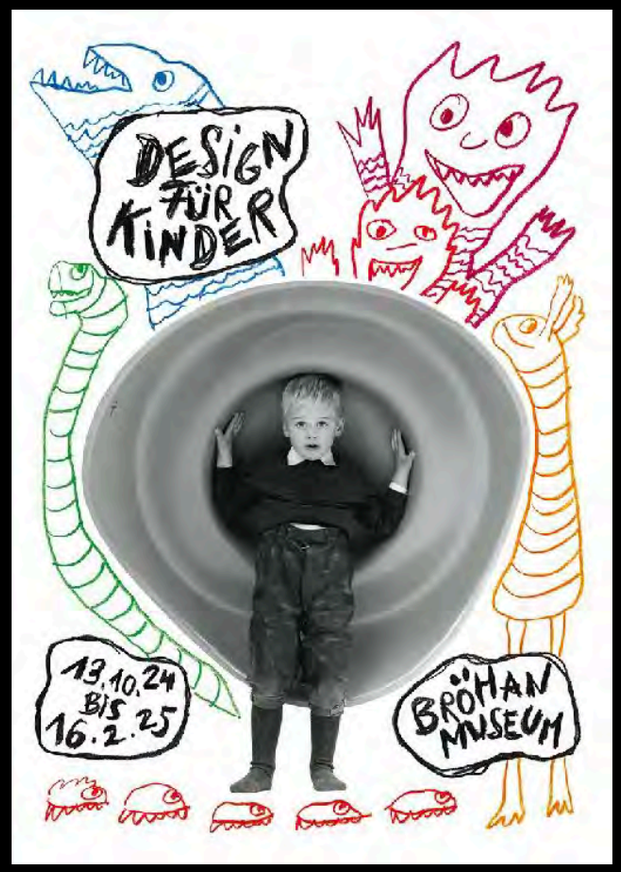
Auge und Hand (Berührung)?

Auge und Hand (Berührung)?

»Aus dir wird nie etwas werden.«

Auge und Hand (Berührung)?

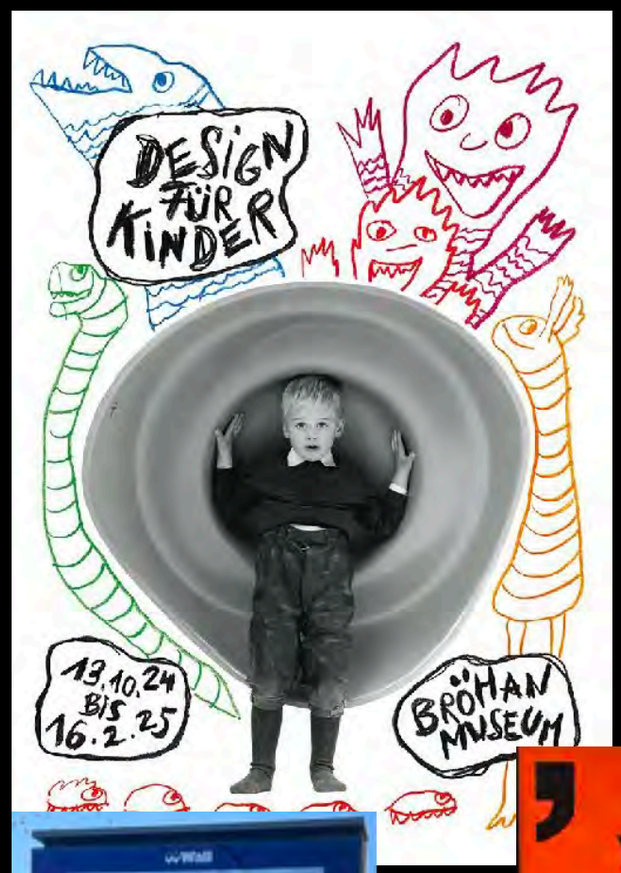
Auge und Hand (Berührung)?



„Ich übersetze die ‚Daten der Berührung‘ nicht ‚in die Sprache des Sehens‘ oder umgekehrt – ich führe die Teile meines Körpers nicht einzeln zusammen; diese Übersetzung und diese Vereinigung vollziehen sich ein für alle Mal in mir: Sie sind mein Körper selbst.“

(Merleau-Ponty 2005: 173)

Auge und Körper?



Auge und Körper?

Auge und Körper?

Auge und Haut?

Juhani Pallasmaa

DIE AUGEN DER HAUT

Architektur und die Sinne

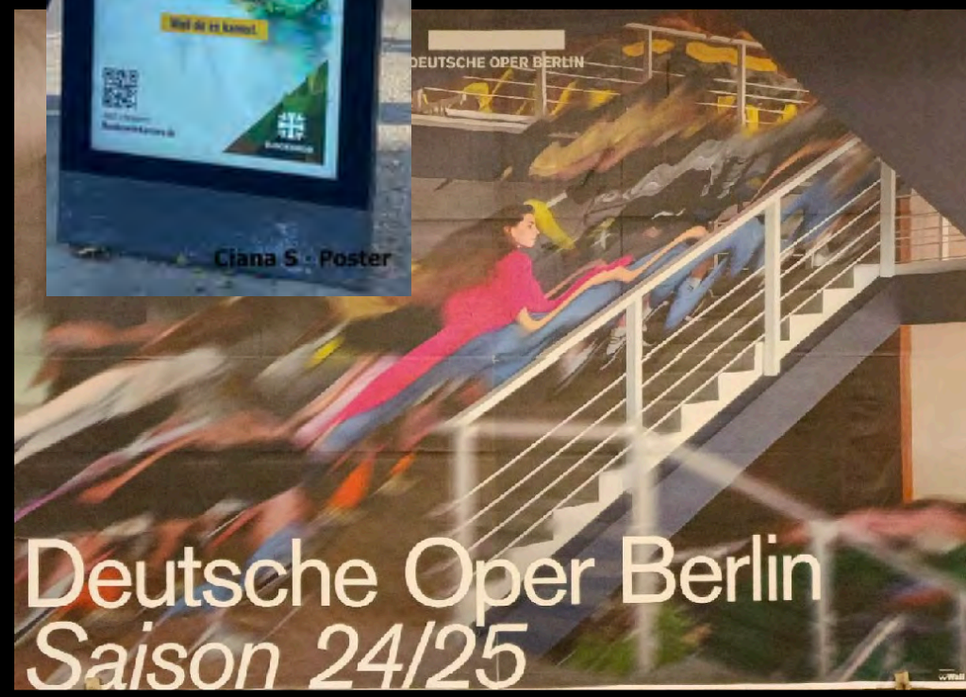
Vorwort von Steven Holl

Primär- (RGB) und Sekundärfarben

Auge und Haut?

kalt

warm



Trauen Sie niemandem, der verspricht: Eine Farbe = eine Emotion

Heller, E. (2013). Wie Farben wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

2. Emotionen

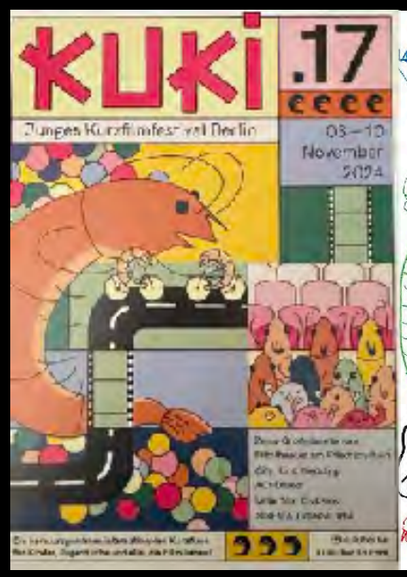
2.1 Sind wir betroffen?
2.2 Spüren wir es?
2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

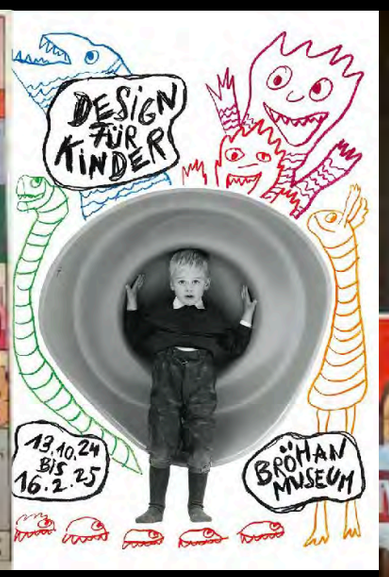
2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

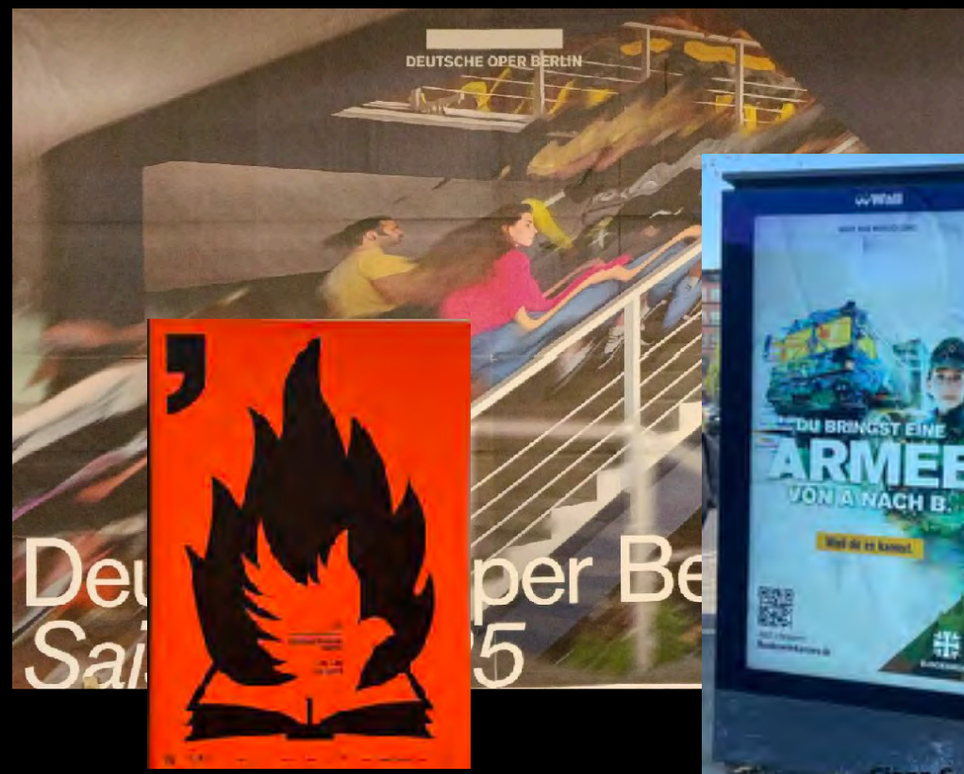
Offen

kein Gefühl?

gemütlich



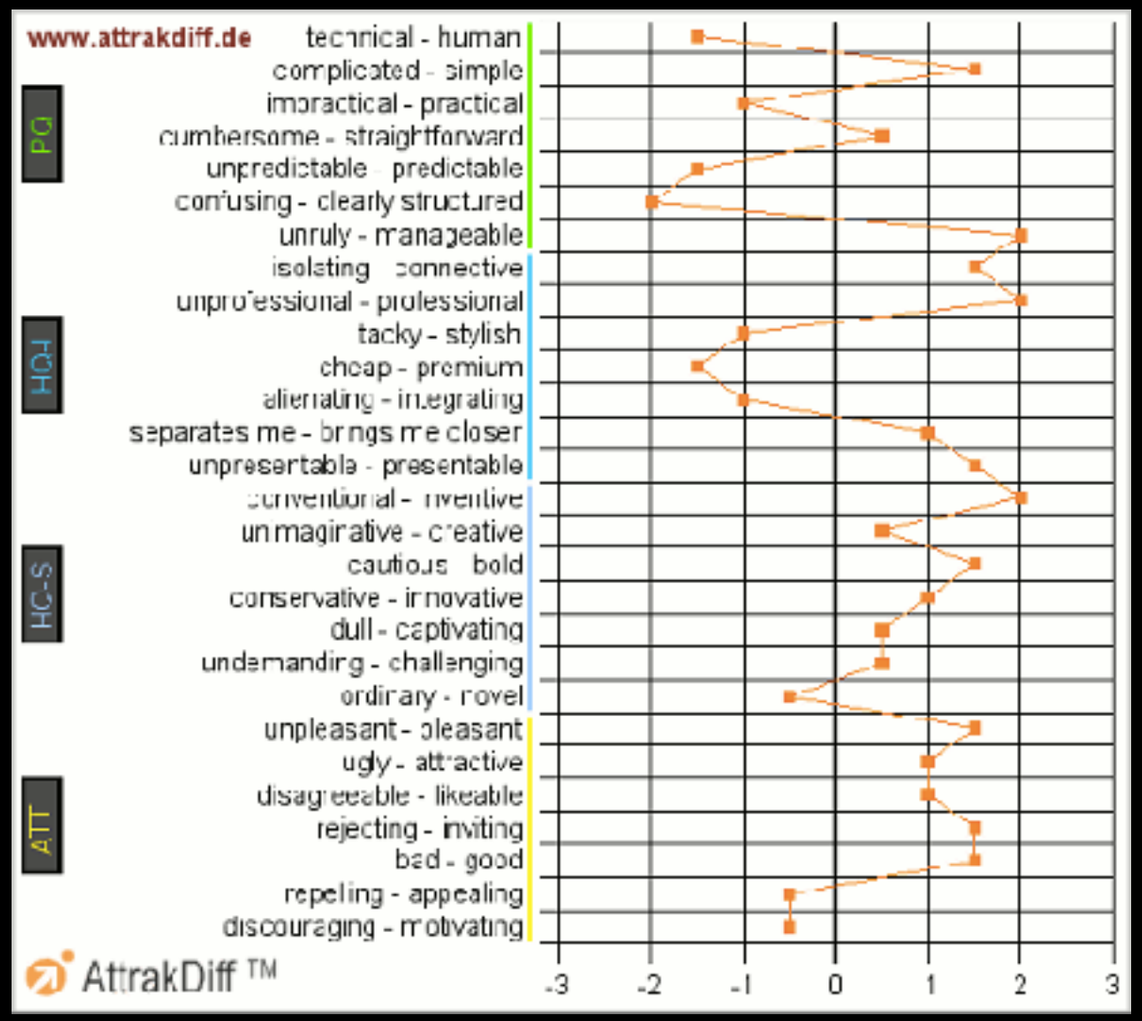




2. Emotionen

2.1 Sind wir betroffen?
2.2 Spüren wir es?
2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

„AttrakDiff“ ist ein semantisches Differenzial zur Beurteilung der Freude an der Nutzung



https://www.attrakdiff.de/

Semantische Differentialkonstruktion

fragmentiert	_ _ _ _ _ x _ _	monochrom
unangenehm	_ x _ _ _ _ _ _	angenehm
traurig	_ x _ _ _ _ _ _	glücklich
rau	_ _ _ _ _ x _ _	glatt
menschlich	_ _ _ _ _ x _ _	unmenschlich
natürlich	_ _ _ _ _ _ x _	künstlich

Leitfragen für die Konstruktion:
2.2 Fühlen wir mit (Empathie)?
2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

Erstellen Sie ein semantisches Differential mit 6 Elementen und evaluieren Sie Ihr Design mit 5+ Testpersonen!
(Vielleicht verwenden Sie das Tachistoskop?)

https://graffik.de/research/visualanalysis/semanticdifferential/

Semantisches Differential

https://graffik.de/research/visualanalysis/semanticdifferential/

Checkliste zum Finden von Elementen für das semantische Differenzial
2.2 Spürst du es?

☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

... und wir verstehen, was wir mit anderen Sinnen sehen:

☐ Auge (nur Sehen)
☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

Checkliste 2 zur Ermittlung von Elementen für das semantische Differenzial

2.3 Welche Stimmung wird vermittelt?

Es gibt keine Checkliste, dies ist nur eine Erinnerung, diese einzufügen :)

Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

... und wir verstehen,
was wir mit anderen Sinnen sehen:

- ☐ Auge (nur Sehen)
- ☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
- ☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
- ☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
- ☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
- ☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
- ☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

- ☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

saturated ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ dull

... und wir verstehen,
was wir mit anderen Sinnen sehen:

- ☐ Auge (nur Sehen)
- ☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
- ☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
- ☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
- ☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
- ☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
- ☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

Auge und Ohr (Sehen und Hören):
Eine stumme Stimme?
Ein geräuschvolles Muster?

☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

… und wir verstehen,
was wir mit anderen Sinnen sehen:

- ☐ Auge (nur Sehen)
- ☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
- ☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
- ☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
- ☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
- ☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
- ☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

Auge und Hand (Sehen und Tasten):
Fühlt sich die Oberfläche glatt, rauh, … an?

☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

… und wir verstehen,
was wir mit anderen Sinnen sehen:

- ☐ Auge (nur Sehen)
- ☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
- ☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
- ☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
- ☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
- ☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
- ☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

Auge und Haut
(Sehvermögen und Temperatur)

☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

warm | | | | | | cold

… und wir verstehen,
was wir mit anderen Sinnen sehen:

- ☐ Auge (nur Sehen)
- ☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
- ☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
- ☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
- ☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
- ☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
- ☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)

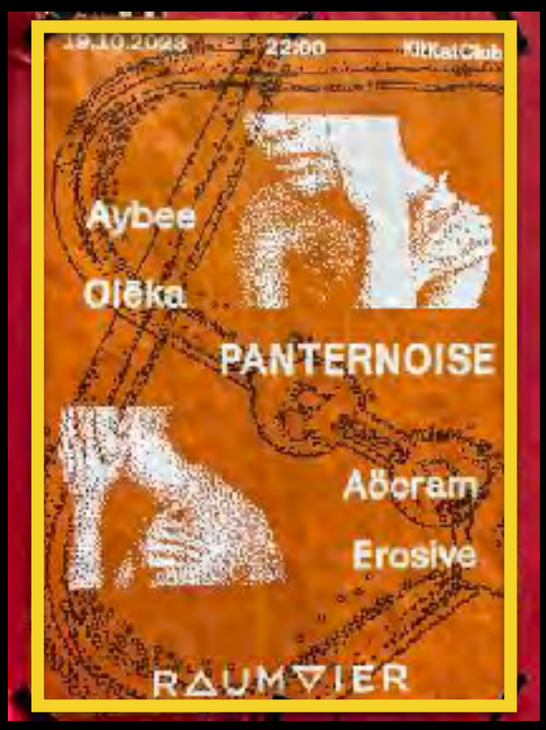
Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

Auge und Körper (Sehen und Propriozeption): Ist die Gesamtanordnung unordentlich, dynamisch?

☐ Wenn es einen Menschen/ein Tier gibt, verstehen wir, was es fühlt?

… und wir verstehen, was wir mit anderen Sinnen sehen:

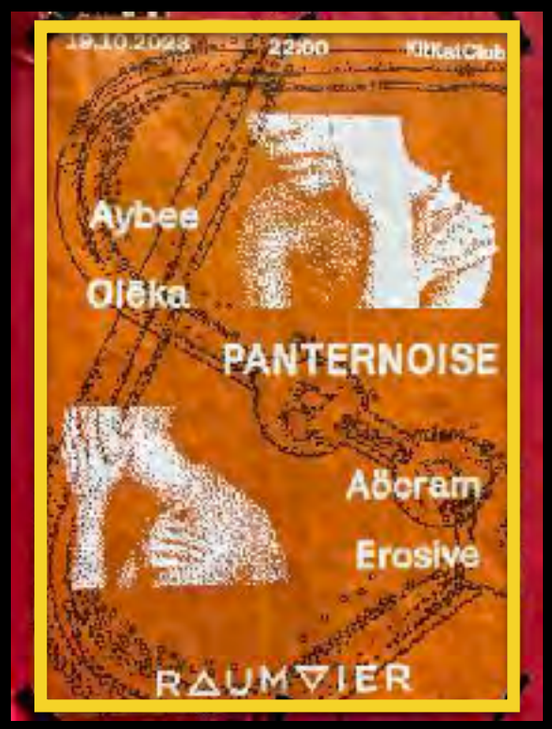
- ☐ Auge (nur Sehen)
- ☐ Auge und Nase (Sehen und Riechen)
- ☐ Auge und Ohr (Sehen und Hören)
- ☐ Auge und Mund (Sehen und Schmecken)
- ☐ Auge und Hand (Sehen und Tasten)
- ☐ Auge und Haut (Sehen und Temperatur)
- ☐ Auge und Körper (Sehen und Propriozeption)



Semantische Differenzial Bsp. 1/2
2.2 Spürst du es?

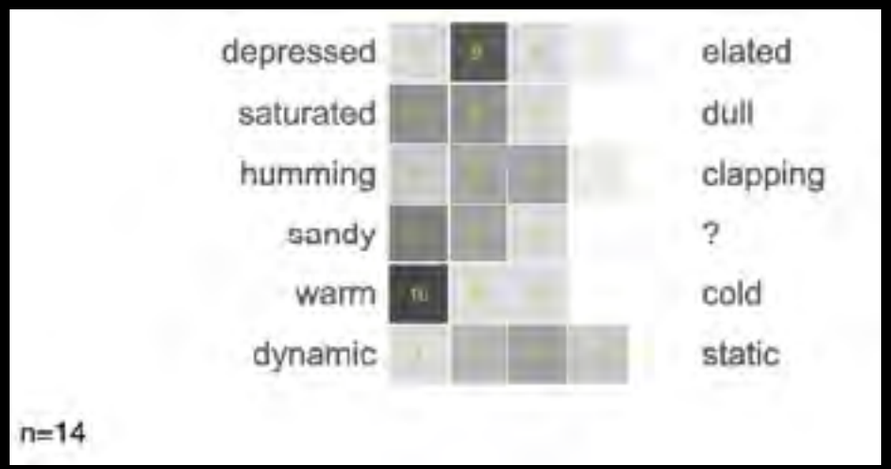
Ich würde sagen,
die Grundstimmung
ist damit schon abgedeckt:

depressed						elated



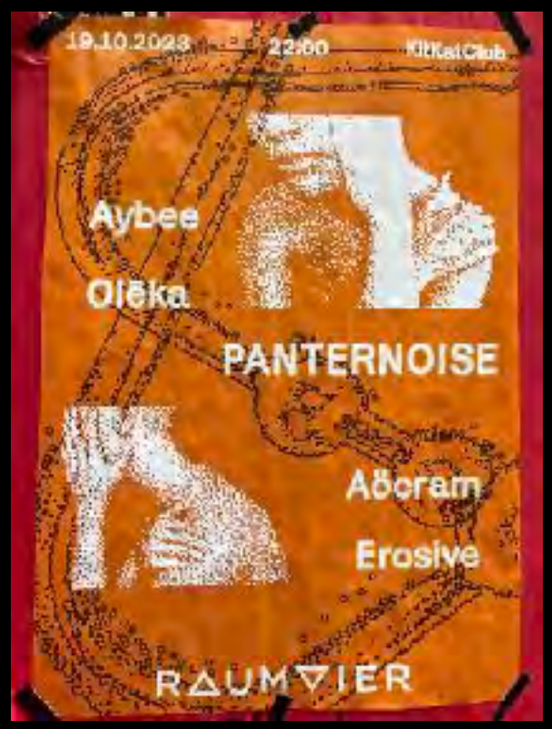
Semantisches Differenzial-Setup anhand eines Beispiels: Fertig! Bitte führen Sie den Test mit 1–2 Personen durch.

depressed						elated
saturated						dull
humming						clapping
sandy						?
warm						cold
dynamic						static



Semantisches Differenzial-Setup anhand eines Beispiels: Fertig!

Abschließend diskutieren!

Wo herrscht Übereinstimmung?
Wo nicht? Was bedeutet das?

Vielleicht die Zeilen für mehr Übersichtlichkeit neu anordnen?
Vielleicht das Diagramm neu gestalten?