

Lehrangabot
8SWS/12 CP

Studienrichtungen
FD/KD/(ID)

Das Thema eignet sich für die Zusammen-
arbeit der Studienrichtungen KD und FD.
Studiierende mit dem Schwerpunkt ID sind
bei Interesse herzlich willkommen.

Seminarstart
XX ??.03.2017
Raum XXX

Termine
Mi: 16:30 – 19:45
Fr: 9:00 – 12:45

Teilnehmer 15
moodle Passwort standard

Literatur zum Seminar

Yousefi, Hamid Reza (2014) *Grundbegriffe
der interkulturellen Kommunikation*
UTB Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz
ISBN 978-3-8252-4127-8
Terkessidis, Mark (2010) *Interkultur*
Suhrkamp Verlag, Berlin.
ISBN 978-3-518-12589-2
Elias, Norbert
Die Gesellschaft der Individuen
Suhrkamp Verlag; Auflage: 8 (1991).
ISBN 978-3518285749
Vignelli, Massimo
The Vignelli Canon
Müller, Lars; Auflage: 2 (2010).
ISBN: 978-3037782255
Wurman, Richard Saul
Information Anxiety
Doubleday; (1989).
ASIN: B01NGZYL2T
Wurman, Richard Saul
Information Anxiety 2
QUE; (2000).
ASIN: B00EKYQCFY
Baur, Ruedi
Das Gesetz und seine visuellen Folgen
Lars Müller Publishers, Wettingen; (2005).
ISBN: 3-03778-043-6
Tufte, Edward R.
Envisioning Information
Graphics Press LLC (1990)
ISBN: 0-9613921-1-8
Tufte, Edward R.
Beautiful Evidence
Graphics Press LLC (2006)
ISBN: 0-9613921-7-7

STANDARD

Allgemeine Einführung

Der Begriff »Standard« kommt im alltäglichen Sprachgebrauch meist in Abgren-
zung zu besseren, hochwertigen Produkten oder Dienstleistungen zum Einsatz.
Als Synonym wird oft »O.K.« oder »in Ordnung« verwendet. Mit »Standard« drückt
man Mittelmäßigkeit, Bescheidenheit, ausreichende Qualität oder Unauffälligkeit
aus. Ohne (Industrie-)Standards jedoch würde die globale Marktwirtschaft nur
schwer funktionieren. Standards gelten für alle Bereiche der globalen Produktion
und schaffen die Basis für eine effiziente Kette vom Rohstoff bis zum fertigen
Produkt. »Standard« scheint jedoch andererseits ein Modewort zu werden. Es gibt
eine Hotelkette mit dem Namen »The Standard«, eine Modelinie mit dem Beinamen
»Standard« und ein Handelshaus, das nur »Standard-«-Artikel führt. All diesen
»Standards« ist gemein, dass sie eben nicht Mittelmaß verkörpern, sondern ihren
eigenen Standard: selbstbewusst und für sich definiert.

In diesem Seminar will der Begriff Standard in seiner ursprünglichen Bedeutung
verstanden sein: »Eine vereinheitlichte Art und Weise etwas herzustellen.«

Um dieses »Etwas« wird es in dem Seminar gehen. Um das Herstellen einer
Kommunikation ohne Kulturbegriff. Um die Anwendung und Verfeinerung einer
Methodik.

Fragestellung

Welche Rolle kann ein Standard im Umfeld Interkultur und Universal Design spie-
len? Genau in dieser Schnittmenge wird sich das Seminar bewegen. Externe Ex-
perten aus dem Bereich Universal Design und Interkultur helfen die Anforderungen
in diesen beiden Bereichen kennenzulernen.

Medien und Vorgehen

Alle Medien und Produkte sind denkbar. Jeder kann für sich entscheiden welche
Form er innerhalb des Seminars bewältigen und fertigstellen kann. Der Prozess
selbst wird dokumentiert.

Beispiele Kommunikationsdesign:

- Plakate Plakatserien
- Schriftart
- Informationsgraphik
- Kartographie
- Magazin/Zeitung
- Webseite
- Erscheinungsbild

...

Beispiele Photodesign

- Portraitserie
- Modephotographie
- Dokumentation
- Collage
- Stilleben

...

Lernziele

Das Verständnis für Wahrnehmung, Wirkung und Anwendbarkeit im interkulturel-
len Prozess soll erweitert werden. Erfahrung im Umfeld Universal Design sollen
gesammelt werden. Entwicklung eines eigenen Standards ist möglich und wün-
schenswert.