

**CMD Jaar 2 experience design 1516**

**→ les 03 Semiotiek**

CMDDES01-8

# Inhoud

- **Hoe gaat het? Werkwijze**
- **Opdracht Scenario bespreken**
- **Semiotiek, de leer der tekens**
- **Zintuigen**
- **Lesopdracht Fotobijschrift in duo's**
- **Visuele retorica, overtuigen in beeld**
- **Lesopdracht Beeldtaal**
- **Opdracht Doel(groep) in beeld**
- **Wrap-up**

# Leerdoelen les 03

- Je weet dat semiotiek de leer der tekens is. Tekens zijn zintuigelijke stimuli.  
Je kent de drie typen tekens en kunt denoteren en connoteren
- Je weet hoe je een verhaal overtuigend in beeld kan brengen en kan dat benoemen in termen van visuele retorica; ethos, pathos, logos
- Je begrijpt dat waarnemen naast een (passief) receptief proces een actieve vorm van betekenis geven aan de wereld om ons heen is. Onze waarneming is een onbewuste interpretatie op basis van eerdere ervaringen (Reader p143).

# Werkwijze

## Hoe gaat het?

- Heb je al een idee voor de experience van PUMA?

### → Werken aan de opdrachten, in de klas en zelfstandig

- als je de opdrachten niet hebt gemaakt kun je niet deelnemen aan de les
- reserveer minimaal 5 uur per week
- eigen creatief proces: brainstorm, praat met anderen als je nog niet goed weet wat je moet gaan maken voor Puma, schets, maak een moodboard...
- stel vragen, geef het aan als je vastzit
- straatjuten ondersteunt onbewust het proces, als het niet werkt: forceer het niet, doe dan op een andere manier visueel onderzoek (collage, moodboard)

### → Opdrachten op Nutschool plaatsen

Bijvoorbeeld: opdracht 1 bestaat uit meerdere onderdelen (mindmap, 10 foto's, feedback, serie van 3) en er zijn 2 mappen (week 1 en week 2). Kies je eigen werkwijze.

### → Werksfeer in het lokaal

- ruimte voor individuele feedback, vraag hier ook naar
- werk in de les aan de opdrachten, als je toch wat anders aan het doen bent verlaat je het lokaal
- bestudeer na de les de lespresentatie nogmaals, hierin vind je ook wat je voor de volgende les moet voorbereiden
- werk de opdrachten op tijd bij
- ruim je rommel op voordat je het lokaal verlaat
- ... aanvullingen?

# Opdracht scenario

## Bespreken van de opdracht (feedback)

Vorm duo's. Lees en bespreek elkaars scenario's. Associeer op elkaars ideeën.

Waar gaat het over? Wat is het verhaal van je merk? En wat ervaar je als klant? Wat verwacht de gebruiker?

Welke techniek kun je inzetten? Welke touchpoints zijn interessant om uit te werken in de beleving? Maak notities.

Vervolg: op basis van de besprekronde in les 3 bepaal je welke ideeën voor beleving en touchpoints geschikt zijn en schrijf je je definitieve scenario. Maak schetsen.

Maak vervolgens op basis van je definitieve scenario een eerste prototype voor een touchpoint.

**# aan het werk**

**Fase: onderzoekschetsen**

**Opdracht: Scenario**

**Duur: 50 min**

# Semiotiek

**Semiotiek bestudeert de betekenis van tekens en het proces van betekenisgeven. Niet alleen in taal en beeld maar in principe in alles om ons heen.**

**Semiotische theorieën bieden een methode om te analyseren hoe betekenis van visuele of andere informatie tot stand komt.**

bron Beeldtaal H5

# Semiotiek

**Tekens** zijn elementen die betekenis dragen. Het teken vertegenwoordigt iets dat niet aanwezig is, het verwijst naar een object.

Om een teken te begrijpen moet je de code kennen, de afspraken kennen (ook: conventies).

# Semiotiek

Charles Sanders **Peirce** (1839 - 1914)

Grondlegger van de semiotiek

**Niet alles is een teken en we gaan pas 'ontcijferen' als we iets willen weten, iets nodig hebben of nieuwsgierig zijn.**



# Semiotiek

De **context** is van belang voor de

**interpretatie** van de betekenis van het teken

# Semiotiek context



# Semiotiek 3 soorten tekens

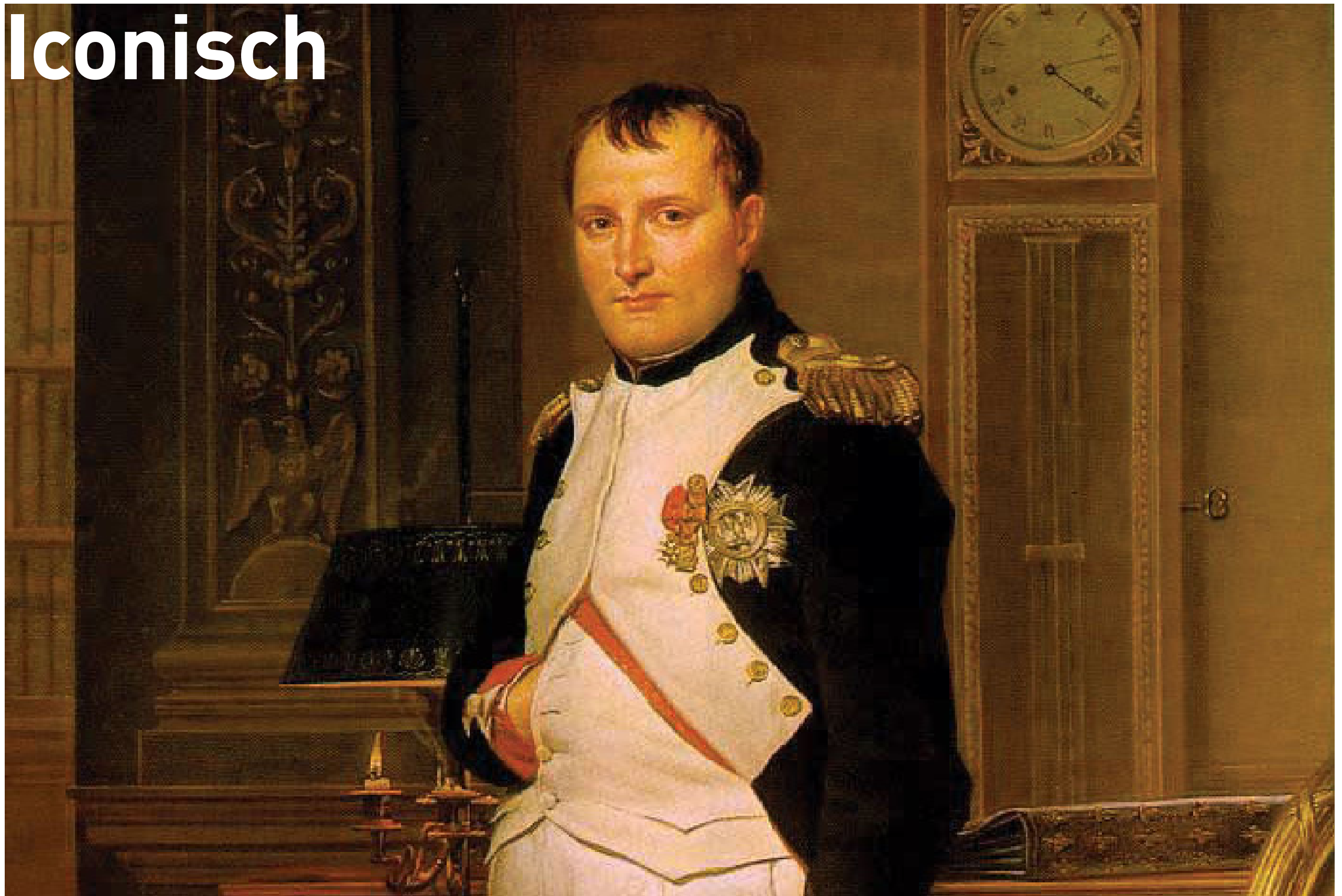
**iconisch** - uiterlijke gelijkenis  
standbeeld, foto, film, pictogrammen

**indexiaal** - relatie met object (leren door ervaring);  
verband is minder direct, verwantschap;

- oorzaak-gevolg
- kenmerk
- deel/geheel

**symbolisch** - berust op afspraak  
afspraken, regels of gewoontes

# Iconisch



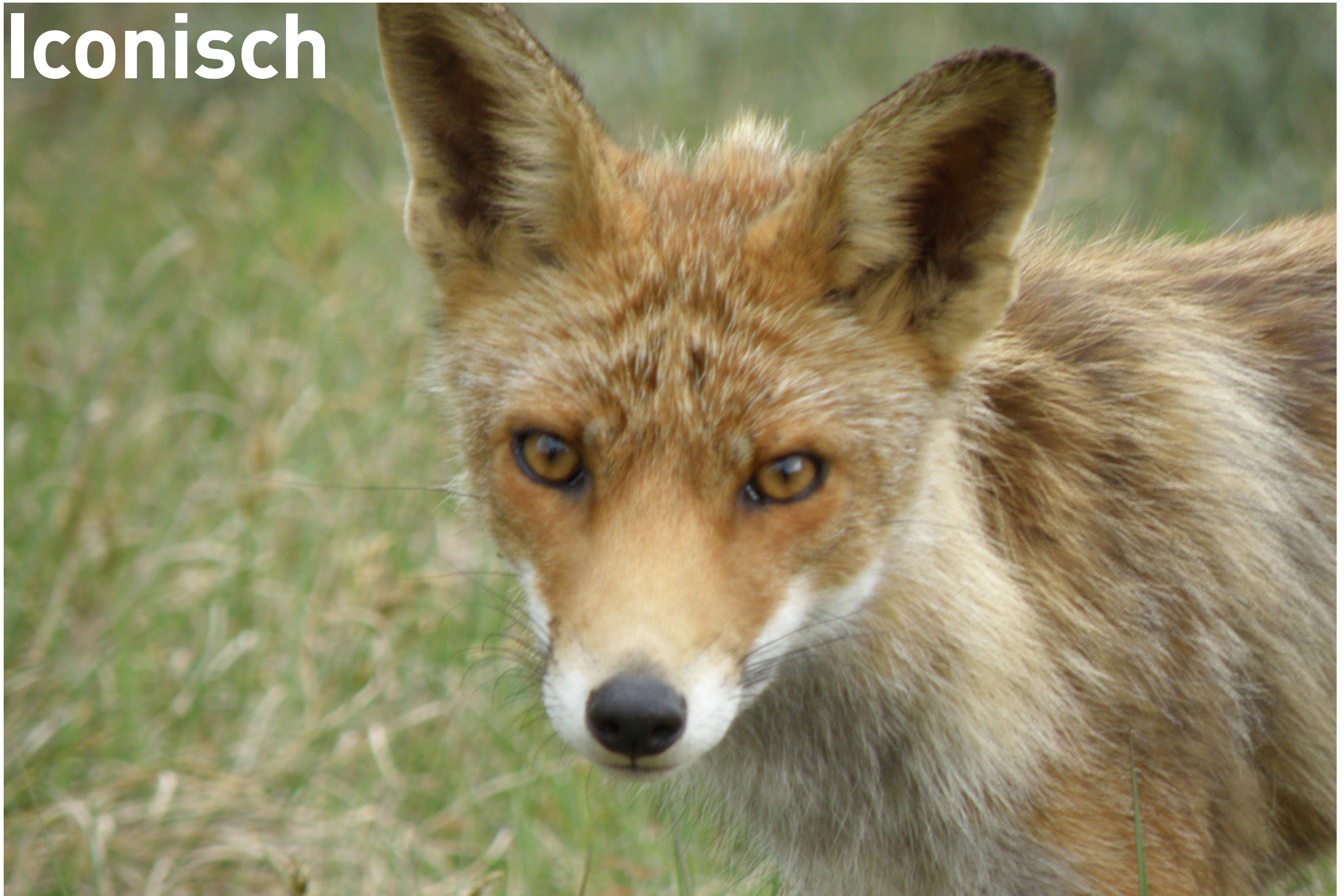
**Iconisch**

**RING  
RING**





# Iconisch





# Indexiaal





# Symbolisch





# Symbolisch

# Roode Kruis





# Symbolisch



# Semiotiek

## Betekenislagen

# Barthes

**Roland Barthes ontwikkelde in de jaren 70 de theorie van de gelaagde betekenis. De twee lagen zijn herkennen en begrijpen.**

# **Semiotiek**

## **Betekenislagen**

# **Barthes**

**Roland Barthes ontwikkelde in de jaren 70 de theorie van de gelaagde betekenis. De twee lagen zijn herkennen en begrijpen.**

**Denotatie – letterlijke betekenis**

**Connotatie – subjectieve betekenis**

# Semiotiek

## Betekenislagen

**Denotatie** – (antropologische) kennis

primaire denotatie; wat zie je objectief (vorm, rangschikking, grootte, materiaal, kleur etc)

secundaire denotatie; waar staat het voor (op cultureel niveau)

**Connotatie** - gevoelswaarde

primaire connotatie; culturele waarde en betekenis

secundaire connotatie; individuele waarde en betekenis

# Denotatie & connotatie



# Semiotiek

**Peirce; hoe verwijst een teken naar een betekenis**

**Barthes; psychologisch proces**

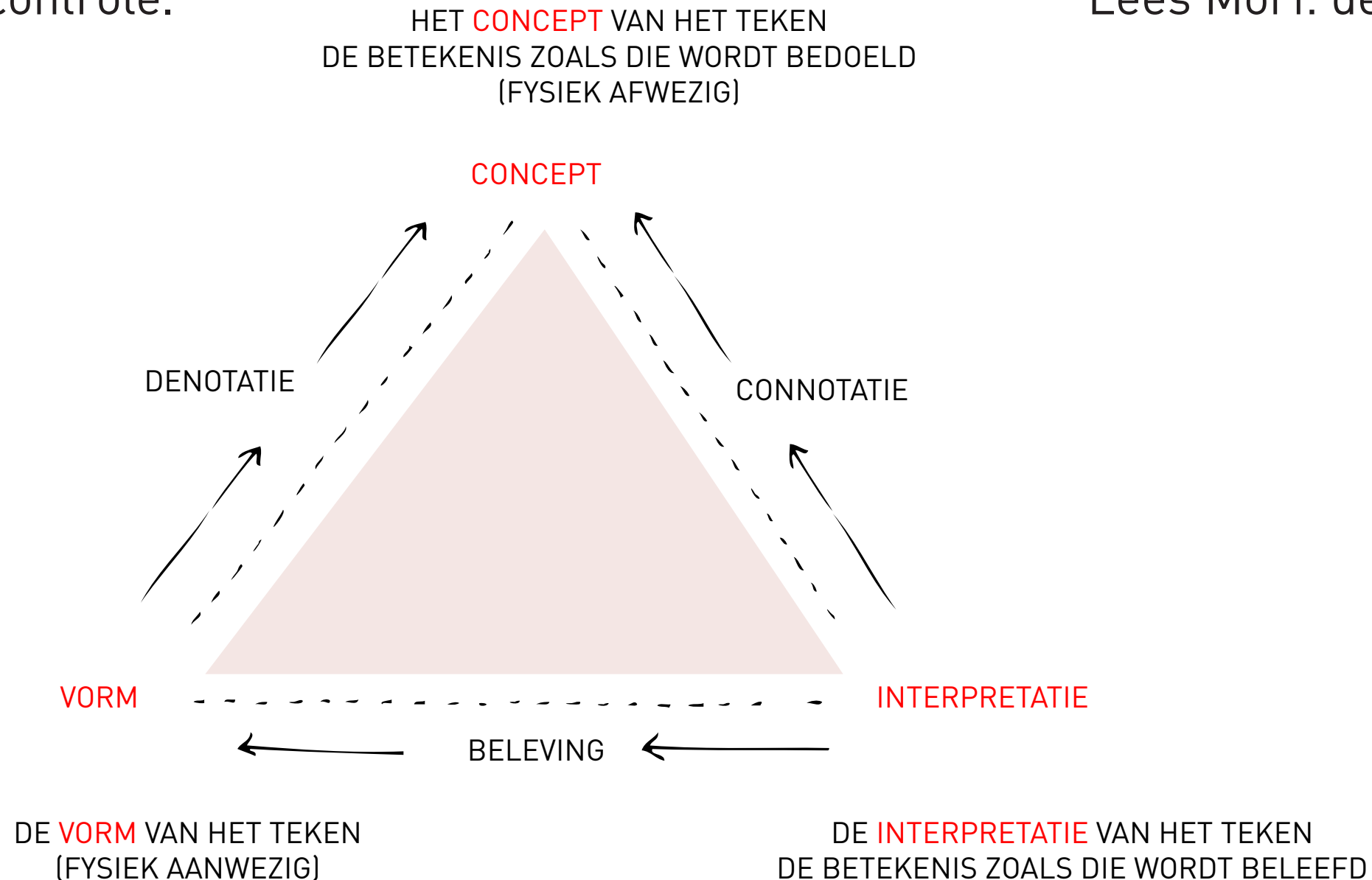
**Wat heb je eraan?**

**Je kunt gestructureerd onderzoeken en beredeneren wat de geschikte beeldtaal is in een ontwerp voor een bepaalde doelgroep.**

# Semiotiek

Als ontwerper kies je vormen en beelden waarvan je verwacht dat je doelgroep ze begrijpt. De beleving is direct (denk aan Norman!) en heb je als ontwerper niet volledig in controle.

\*Lees Morf: de perfecte vorm

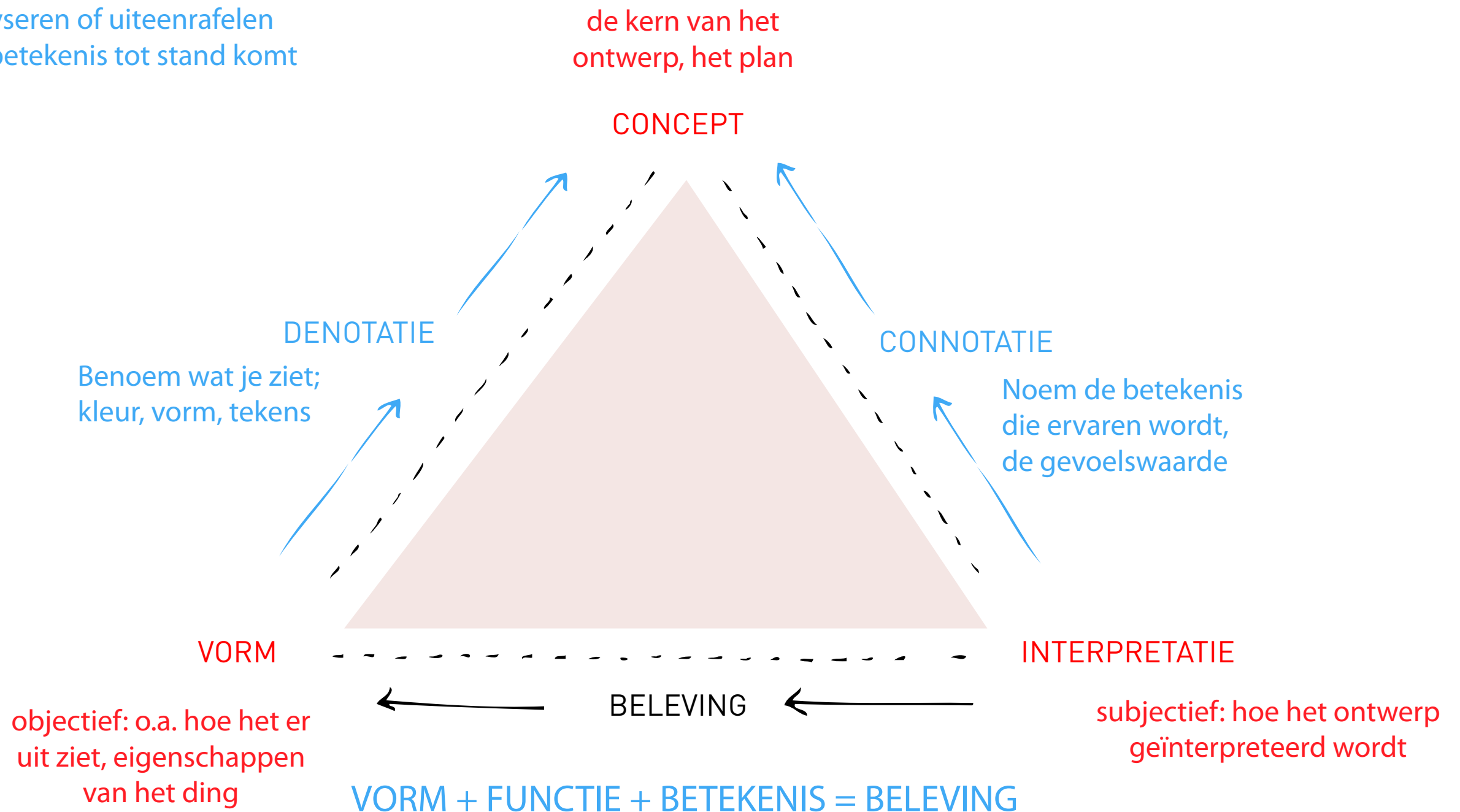


Meer lezen: This means this, this means that.



# Semiotiek

Analyseren of uiteenrafelen  
hoe betekenis tot stand komt



# Zintuigen

**Bij design worden je zintuigen geprikkeld. Dit kan hoorbaar, voelbaar of zichtbaar zijn. Of je proeft het of ruikt het.**

**De aard van de prikkel roept een emotie op.**

Denk aan de drie lagen van informatie verwerken zoals Donald Norman ze benoemt (les 01):

TED: Don Norman over de 3 manieren waarop je blij wordt van design (start 6.40)

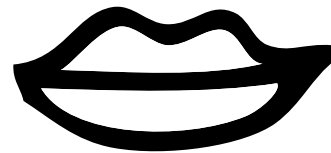
<https://www.youtube.com/watch?v=RIQEoJaLQRA>

# Zintuigen

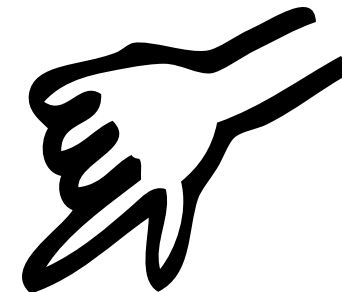
5 zintuigen: een vereenvoudiging van de werkelijkheid: zintuigen beïnvloeden elkaar



REUK



SMAAK



TAST



GEHOOR



ZICHT



# We proeven met onze neus





**We kijken met onze handen**



# We luisteren met onze ogen

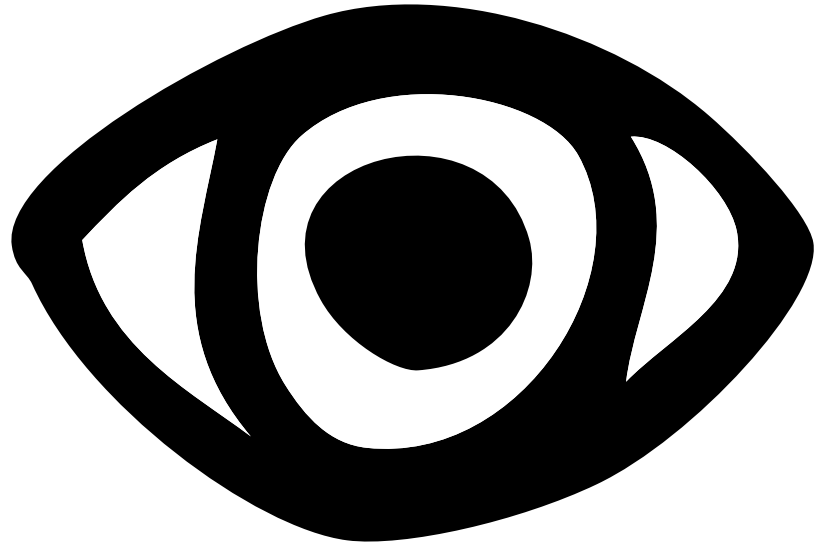


**We nemen waar wat we kennen**

**Het ruikt hier naar shampoo...**







# Zicht

## licht

Impressionisme

## vorm

## beweging

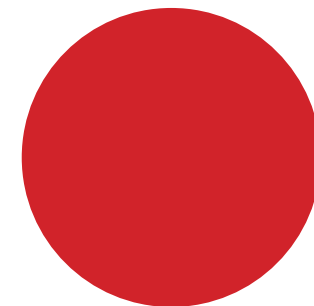
## kleur

's Nachts zijn we kleurenblind  
Coca cola maakte van de groene een  
rode kerstman

# oefening

→ kijk een minuut naar de rode vorm,  
kijk daarna naar een wit vlak en je ziet  
het nabeeld in groen

→ geef de grens aan van je gezichts-  
veld door je handen langs de randen  
hiervan te bewegen







# Gehoor

## tonen

Harde, zachte, hoge en lage tonen  
Maar ook: botgeleiding van de  
geluidsprikkel

## balans

Evenwichtorgaan en richting van het  
geluid

## ruimte

Echo

## luchtrillingen

Geluid kun je voelen  
En ook: sfeer (muziek bij een  
filmsceen), Intell inside, geluid dat  
een dichtslaande autodeur maakt is  
ontworpen

# oefening

→ zit stil en luister 1 minuut, wat heb  
je gehoord?



# Tast

## huid

Je huid is je grootste orgaan

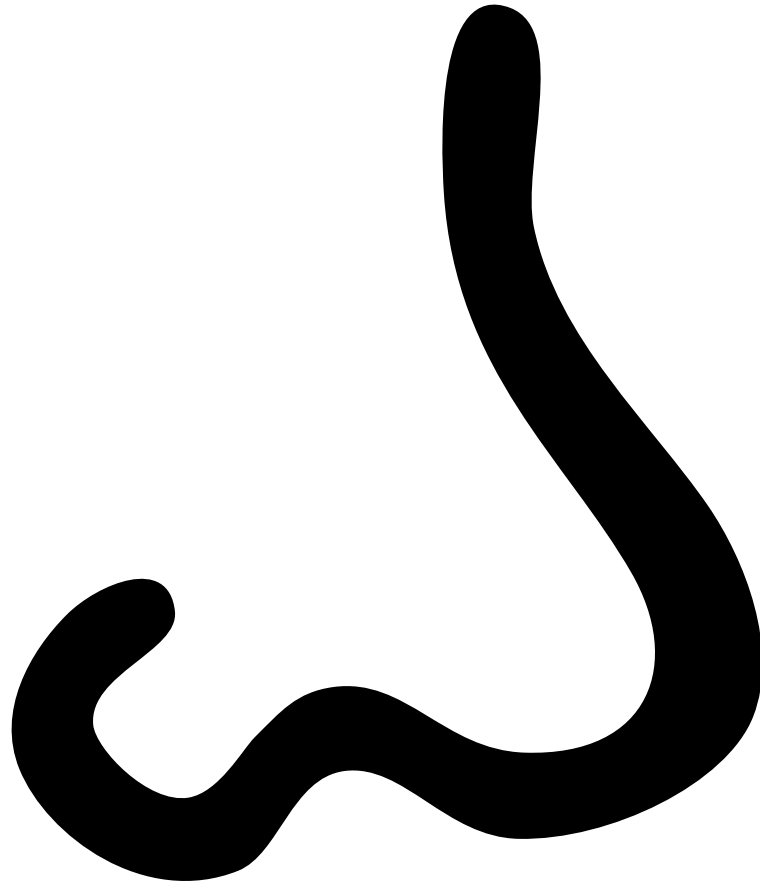
Je welbevinden is afhankelijk van wat je voelt (pijn, druk, temperatuur)

Met je spieren voel je de zwaartekracht (gewicht ) en de stand van je lichaam

Denk aan de waargenomen kwaliteit van een mobiel in gewicht en textuur van het device

## oefening

→ met gekruiste wijsvinger en middelvinger het puntje van je neus aanraken; twee neuzen!



# Geur

## veiligheid

Het interpreteren van geuren

## geheugen

De reukzenuw komt de hersenen binnen vlak bij de associatie-cortex; ruiken van een geur gaat vaak gepaard met herinneringen

Geur kun je niet uitzetten (alleen als je verkouden bent, 80 % van je smaak ben je dan ook kwijt)

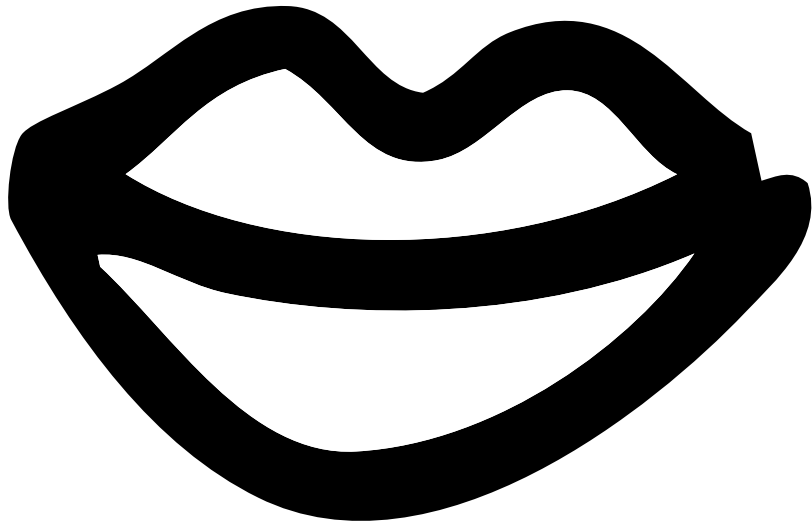
vb bijen die ziekte kunnen ruiken

<http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2008/elasticmind/#/77/>

## oefening

→ is de geur in de klas je opgevallen?  
ontspannend/opwekkend?

# Smaak



Smaakpapillen op de tong  
zoet; puntje vd tong  
zuur; zijkanten  
zout; zijkanten halverwege  
bitter; achterste deel  
umami...

De structuur van voedsel wordt tactiel  
waargenomen, ook auditief  
(knapperig)

## oefening

→ welke limonade is het meest zoet  
lichtroze of donkerroze limonade?

# Vraag

Zijn dit al onze zintuigen?

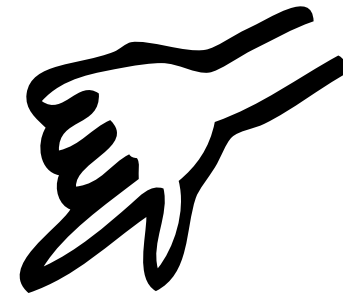
Vraag: Hoe ervaar je tijd? Stemming, sfeer? Emotie? Empathie?



REUK



SMAAK



TAST



GEHOOR



ZICHT

Synesthesia

<https://www.youtube.com/watch?v=eHnnGHgeyC0>



# Retorica

**Drie overtuigingsmiddelen: Ethos, Pathos en Logos**

## **Ethos**

**De geloofwaardigheid van de rhetor**

## **Pathos**

**Doet een beroep op je gevoel**

## **Logos**

**Doet een beroep op je ratio (feiten)**

bron Beeldtaal H6

# Retorica - Ethos





# Retorica - Pathos



# Retorica- Logos





# Stijlfiguren

## Blikvangers

Beeldtaal p106

Beeldrijm

Tekst wordt gevormd door beeld

### Herhaling

Contrast

Metafoor

### Personificatie

Overdrijving

Schijnbare tegenstelling

Pastiche of cliché

En vele anderen...

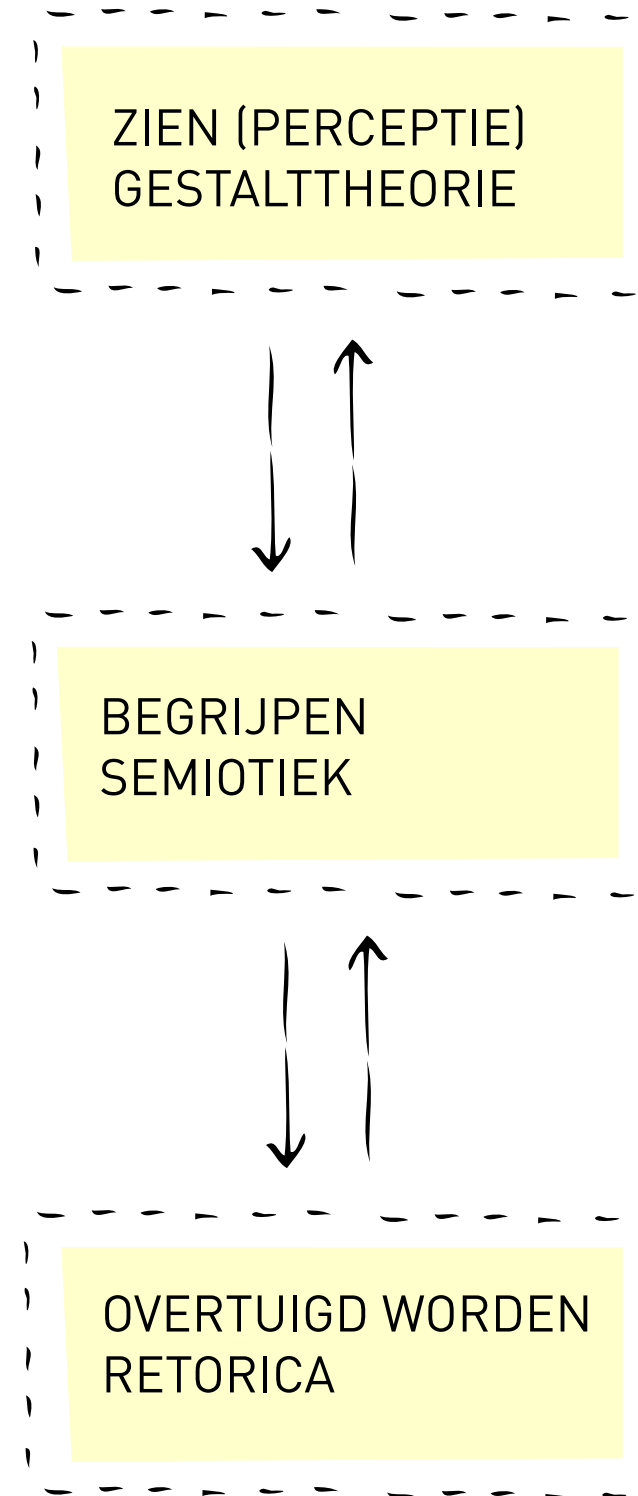


# Beeldtaal

Interpreteren is geen lineair proces

De drie theorieën vullen elkaar aan

Gestalt: jaar 1 Visual design



# Lesopdracht beeldtaal (20 min)

Hoe communiceert een merk in beeld:

Maak in duo's een mindmap van de bespreking van Benetton op p118\* in Beeldtaal.

\*116 in Beeldtaal 1e druk

**# aan het werk**

**Fase: onderzoekschetsen**

**Lesopdracht: retorica**

**Duur: 20 min**

# Opdracht Doel(groep) in beeld

Eindresultaat: In één beeld wordt duidelijk wat de experience betekent voor de doelgroep

Omschrijving: De combinatie beeld en tekst is heel krachtig. De associaties en betekenissen vullen elkaar aan en kun je als ontwerper een extra lading meegeven. Onderzoek de beleving van de doelgroep in de door jouw bedachte experience. Ga op zoek naar minstens 3 geschikte afbeeldingen die jouw doel(groep) en (een deel van) hun beleving tonen. De tekst die het beeld af maakt is de slogan van jouw merk of een quote.

Werk aan de opdracht in de les, tijd voor individuele feedback.

**# aan het werk**

**Fase: onderzoekschetsen**

**Opdracht: Doel(groep) in beeld**

**Duur: 50 min**





**Voorbeeld gemaakt door Charlotte Molenaar**

Merk: Anat

Waarde: verwondering

Concept: ouders organiseren samen kinderfeestjes voor elkaars kinderen

# Voor de volgende les

## Maak de opdrachten en documenteer de resultaten in N@tschool

Lees H11 Fotografie en maak een mindmap

**Neem volgende week tekenmaterialen mee (storyboard schetsen):**

Potlood

Fineliner

Dikke zwarte stift

evt gekleurde stiften

Geen gum!

Mapje om je schetsen mooi te houden