

Kornelia Dittmar

Tendenzen der Farbnamengebung

Sprachwissenschaftliche Untersuchung zu Bezeichnungen
für Autolackfarben

Magisterarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1996 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832426965

Kornelia Dittmar

Tendenzen der Farbnamengebung

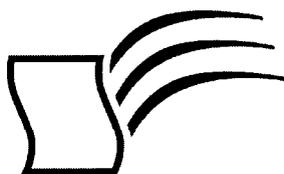
Sprachwissenschaftliche Untersuchung zu Bezeichnungen für Autolackfarben

Kornelia Dittmar

Tendenzen der Farbnamengebung

*Sprachwissenschaftliche Untersuchung zu Bezeichnungen
für Autolackfarben*

**Magisterarbeit
an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
August 1996 Abgabe**



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 2696

Dittmar, Kornelia: Tendenzen der Farbnamengebung: Sprachwissenschaftliche Untersuchung zu Bezeichnungen für Autolackfarben / Kornelia Dittmar - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 2000
Zugl.: Kiel, Universität, Magister, 1996

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg 2000
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

**Achatgrau Amazonasgrün Ananasgelb Bordeaux-Rot Bostongrün
Chagallblau Classicrot Cordoba-Beige Cosmosschwarz Dragongree
Dunkelblau Electric-Rot Fjordblau Flammorange Heliotrop Hellrot
Imperial-Blau Jade-Grün Kastanien-Braun Kristall-Silber Lapisblau
Lavendel Loden-Grün Lugano-Blau Madeiraviolett Magenta-Rot**

Referent: Prof. Dr. Alf Schönfeldt

Korreferent: Prof. Dr. Heinz-Günter Schmitz

Tag der mündlichen Prüfung: 13. 11. 1996

Zur Vervielfältigung genehmigt: 03. 02. 1997

Dekan: Prof. Dr. Bernhard Schmaltz

1 Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| 2 | Einleitung | 7 |
| 3 | Farbe | 10 |
| 3.1 | Phänomen Farbe | 10 |
| 3.2 | Licht | 10 |
| 3.3 | Additive Farbmischung | 12 |
| 3.4 | Farbsehen | 12 |
| 4 | Entstehung der Farbnamengebung | 15 |
| 4.1 | Entwicklung der Verwendung von Farben | 15 |
| 4.2 | Geschichte der Farbnamen | 16 |
| 5 | Typen von Farbbezeichnungen | 20 |
| 5.1 | König | 20 |
| 5.2 | Gipper | 21 |
| 5.3 | Kornerup und Wanscher | 23 |
| 5.4 | Oksaar | 25 |
| 5.5 | Typisierung der Farbbezeichnungen | 27 |
| 5.6 | Schema zu den Typen von Farbbezeichnungen | 31 |
| 6 | Entwicklung der Bezeichnungen für Autolackfarben | 32 |
| 6.1 | 1963-1996 FORD Taunus, Sierra und Mondeo | 33 |
| 6.2 | Herkunftsbereiche der Farbbezeichnungen | 45 |
| 6.3 | Zusammenfassung der Entwicklung der Farbbezeichnungen | 47 |
| 7 | Farbnamengebung für Autolackfarben 1996 | 49 |
| 7.1 | Vergleiche | 49 |
| 7.1.1 | Direkte Vergleiche | 50 |
| 7.1.2 | Direkte Vergleiche ohne Farbwort | 51 |
| 7.1.3 | Indirekte Vergleiche | 52 |
| 7.1.4 | Indirekte Vergleiche ohne Farbwort | 53 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 7.1.5 | Zusammenfassung zu den Vergleichen | 53 |
| 7.2 | Denotation der Primärfarbwörter | 54 |
| 7.3 | Konnotation der Primärfarbwörter | 59 |
| 7.3.1 | Blau | 61 |
| 7.3.2 | Braun | 63 |
| 7.3.3 | Gelb | 65 |
| 7.3.4 | Gold | 67 |
| 7.3.5 | Grau | 69 |
| 7.3.6 | Grün | 71 |
| 7.3.7 | Orange | 73 |
| 7.3.8 | Rot | 75 |
| 7.3.9 | Schwarz | 77 |
| 7.3.10 | Silber | 79 |
| 7.3.11 | Violett | 81 |
| 7.3.12 | Weiß | 83 |
| 7.4 | Bestimmungswort aus dem Konnotationsbereich | 85 |
| 7.5 | Gemeinsamkeiten von Konnotation und Bestimmungswort | 86 |
| 7.6 | Aufwertung durch ein Bestimmungswort | 86 |
| 7.7 | Eigenschaftsübertragung durch ein Bestimmungswort | 88 |
| 7.8 | Assoziationen | 88 |
| 7.8.1 | Gemeinsamkeit von Assoziation und Farbe | 90 |
| 7.8.2 | Gemeinsamkeit von Assoziation und Konnotation der Farbe | 90 |
| 7.8.3 | Gemeinsamkeit von Assoziation und Konnotation der Farbe über einen gedanklichen Schritt | 91 |
| 7.9 | Assoziationstest | 91 |
| 7.9.1 | Stichprobenanforderungen | 91 |
| 7.9.2 | Testbogenanforderungen | 92 |
| 7.9.3 | Auswertungskriterien | 93 |
| 7.10 | Testauswertung | 95 |
| 7.11 | Zusammenfassung der Befragungsergebnisse | 145 |
| 7.12 | Farbnamengebung der deutschen Hersteller 1996 | 148 |
| 7.12.1 | AUDI | 148 |
| 7.12.2 | BMW | 149 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 7.12.1 | AUDI | 148 |
| 7.12.2 | BMW | 149 |
| 7.12.3 | FORD | 151 |
| 7.12.4 | MERCEDES BENZ | 153 |
| 7.12.5 | OPEL | 154 |
| 7.12.6 | PORSCHE | 156 |
| 7.12.7 | VW | 157 |
| 7.12.8 | Zusammenfassung zu der Farbnamengebung der deutschen Hersteller | 159 |
| 8 | Schlußbemerkung | 162 |
| 9 | Literaturverzeichnis | 165 |
| 10 | Anlagen | 170 |
| 10.1 | Anschriften der deutschen Hersteller | 170 |
| 10.2 | Fragenbogen zur freien Assoziation | 171 |
| 10.3 | Quellentabelle | 179 |

2 Einleitung

Farben sind allgegenwärtig und üben eine große und vielfältige Wirkung auf den sie erfassenden Menschen aus. Aus diesem Grunde ist es dem Menschen ein tiefes Bedürfnis, die farbliche Wahrnehmung und die damit zusammenhängende Wirkung sprachlich zum Ausdruck zu bringen.

Mit Farben beschäftigen sich verschiedenste Fachgebiete, wie zum Beispiel die Physik, die Chemie, die Biologie, die Physiologie, die Psychologie, die Philosophie, die Theologie, die Kunstwissenschaft, die Reproduktionstechnik und die Farbenlehre.

Mit Farbbegriffen und Farbnamen beschäftigen sich die Völkerkunde, die Kunstgeschichte sowie die Semiotik und die Sprachwissenschaft.

Schon hieran wird das große Interesse der Forschung und die Vielschichtigkeit des Bereiches Farbe deutlich. Gleichzeitig resultiert hieraus jedoch auch eine Problematik, denn jedes Fachgebiet hat seine eigene Perspektive, aus welcher es mit ganz unterschiedlichen Voraussetzungen, Erfahrungen, Kenntnissen, Zielsetzungen und Vorbehalten Farbe und Farbbezeichnungen betrachtet.

In den Anfängen des Studiums von Farbgebung und Farbbenennung hat man sich mit dem evolutionären Problem beschäftigt, ob sich die menschliche Physiologie des Farbensinns und -sehens in den letzten drei Jahrhunderten geändert hat und so Einfluß auf die Sprache hatte; in jüngster Zeit beschäftigt sich die Wissenschaft mehr mit den wechselseitigen Einflüssen zwischen Sprache und Denken. Dabei hat die bisherige Forschung vor allem jene Farbwörter in den Mittelpunkt ihrer Betrachtung gestellt, die als allgemeiner Bestandteil eines Sprachsystems, d.h. als Gemeinbesitz aller Angehörigen einer Sprachgemeinschaft gelten, oder hat darauf aufbauend sprachvergleichende Untersuchungen hinsichtlich dieser Farbwörter durchgeführt.

Das Bedürfnis des Menschen, die Farbempfindung zu verbalisieren und diese sprachlich zu differenzieren, hat im Laufe der Zeit dazu geführt, daß sich der Wortschatz der Farbbezeichnungen stark erweitert hat. Maßgeblich an diesem Prozeß beteiligt sind in jüngster Zeit vor allem die Mode- und Werbebranche.

Interessant erscheint in diesem Zusammenhang, ob das Bedürfnis der differenzierten Farbtonbeschreibung auch hier das Ziel der Bezeichnung ist und wie die Bezeichnungsfrage gelöst wird. Zu diesem Zweck wird in dieser Arbeit die heutige Farbnamengebung untersucht.

Der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit sind Autolackfarbnamen deutscher Hersteller. Eine Beschränkung auf deutsche Hersteller wird als sinnvoll erachtet, da diese vorrangig für den deutschen Markt produzieren und die Farbnamen unter Berücksichtigung des deutschen Sprachraumes kreiert werden. Die Farbnamen sind laut Händlerangaben im Januar 1996 gültig.¹

Es gehen nur Farbnamen der Limousinen in die Untersuchung ein, keine Berücksichtigung finden Farbnamen von Sondermodellen mit Sonderlackierungen, da diese saisonal bedingt, ereignisabhängig² und somit kurzlebig sind oder unter Umständen eine limitierte und einmalige Produktion darstellen. Ähnliches gilt für die Farbnamen der Cabriolets, die somit ebenfalls keinen Eingang in die Untersuchung finden.

Die die Art des Lackes näher spezifizierenden Bezeichnungen *metallic*, *perleffekt*, *mineraleffekt*, *mit Klarlack*, *Brillantlackierung* bleiben, auch wenn sie dem Farbnamen anhängen oder durch Bindestrich mit ihm verbunden sind, unberücksichtigt, da sie den Lacktyp und nicht die Farbe näher spezifizieren.

Einer Analyse werden 176 Farbbezeichnungen unterzogen, die als Farbnamen betrachtet und demzufolge groß geschrieben werden.

Ausgehend von der Farbempfindung und der Geschichte der Farbnamen soll die Art der Bezeichnungen für Autolackfarben untersucht werden. Diesbezüglich wird zunächst die mögliche Struktur des Wortschatzes im Farbbereich ermittelt, um anhand derer die Entwicklung der Farbnamengebung für Autolackfarben am Beispiel FORD für die Jahre 1963-1996 darzulegen.

Die Autolackfarbnamen von 1996 sollen hinsichtlich ihrer Beziehung von Bezeichnung und bezeichneter Farbe untersucht werden, d.h. es soll geklärt

1 Die Farbtafeln der Hersteller sind als Originale im Germanistischen Seminar der Christian-Albrechts-Universität bei Prof. Dr. A. Schönfeldt hinterlegt.

2 z.B. hat der VAG-Konzern 1996 das Sondermodell GOLF BON JOVI mit eingeschränktem Farbangebot im Programm, ähnliches gilt für das OPEL ASTRA CABRIO, das unter dem Namen ATLANTA angeboten wird.

werden, ob und welche Beziehung zwischen dem Bestimmungswort bzw. dem Farbnamen und der bezeichneten Farbe besteht.

Letztlich soll untersucht werden, ob es herstellerspezifische Tendenzen der Farbnamengebung bei den einzelnen deutschen Herstellern gibt.

Vorab sei schon darauf hingewiesen, daß es im Rahmen dieser Arbeit nicht darum geht, eine Einordnung der Farbempfindung anhand des Farbnamens vorzunehmen, um so zu klären, welche Farbnuance bzw. welcher Farbton mit der Farbbezeichnung gemeint sein könnte.

3 Farbe

3.1 Phänomen Farbe

Eine visuelle Erfahrung ist die Farbigkeit der Welt.

Die Umwelt wird nicht nur in Form und Größe unterschieden, sondern auch in ihrer Farbigkeit. Doch die Umwelt oder ein Gegenstand an sich ist nicht farbig.

Erst das Licht läßt Farbe entstehen:

„Farbe ist keine äußere, der Materie anhaftende Eigenschaft, sondern - nach dem heutigen Stand der Wissenschaft - eine physikalisch meßbare Erscheinungsform des Lichtes, denn ohne Licht gibt es keine Farbe.“¹

Für das Sehen von Farbe ist das Licht demnach notwendige Voraussetzung. Es kann sogar gesagt werden: Licht ist gleich Farbe.

3.2 Licht

Licht ist ein kleiner Ausschnitt aus dem Spektrum der elektromagnetischen Wellen, und zwar der, den der Mensch sehen kann. Das für das menschliche Auge sichtbare Spektrum reicht von 380nm bis 780nm.²

| Wellenlänge der einzelnen Farbbereiche | | | | | | | |
|--|---------|------|------|------|--------|-----|----------|
| UV | Violett | Blau | Grün | Gelb | Orange | Rot | Infrarot |
| 390 | 430 | 490 | 570 | 600 | 630 | 770 | nm |

Abb. 1³

Innerhalb dieses Spektrums finden sich alle Farben, die das gesunde menschliche Auge sehen kann. Weißes Licht enthält die farbigen Bestandteile, die sogenannten Spektralfarben, wie Newton durch Beugung mit Hilfe eines Prismas im Jahre 1672 entdeckte. Das erhaltene Spektrum enthält die Farben

1 Karl Eschmann: Die Farbe als Gestaltungselement. Theorie und Praxis der Farbgebung. Saarbrücken. 1975. S.11.

2 Ein nm ist ein Milliardstel Meter oder ein Millionstel Millimeter. vgl. K. Eschmann. Die Farbe als Gestaltungselement. S.11.

3 aus Horst Kuchling. Physik. Formeln und Gesetze. Leipzig. 1979. S.227.

Violett, Blau, Grün, Gelb, Orange und Rot, wobei auch alle Übergänge vorkommen. Newton schloß aus seinen Versuchen, daß unter weißem Licht Dinge deshalb farbig erscheinen, weil sie einige Teile des Spektrums besser reflektieren als andere.

Ein Gegenstand erscheint demnach umso heller und farbiger, je mehr Licht auf diesen fällt und je mehr dieser reflektiert. Diese Reflexion des Lichtes ist entscheidend für unser Farbsehen:

„Wird z.B. ein Teil des Lichtes mit einer Wellenlänge von 780-627nm reflektiert, so ist der Gegenstand für uns ‚rot‘. Ein roter Gegenstand ist also von Natur aus gar nicht rot, sondern nimmt die Wellenlänge für Rot nicht an und wirft sie zurück, während alle anderen Wellenlängen vom Untergrund verschluckt werden.“¹

In der Farbmeterik, einem Teilgebiet der Physik, wird diese Reflexion gemessen. Die Wellenlänge läßt sich präzise angeben. „Aber dadurch ist nichts über die Farbe ausgesagt; denn dazu bedarf es der Betrachtung der Gesetzmäßigkeiten, denen die sinnesphysiologische Verarbeitung der Strahlung unterliegt.“²

Diese Problematik läßt sich an einem einfachen Beispiel verdeutlichen: Mit Hilfe physikalischer Meßgeräte werden reflektierte Strahlen der Wellenlängen 750nm und 540nm gemessen. Diese Wellenlängen lassen sich den Farben Rot und Grün (s. Abb.1) zuordnen. Sieht man sich jedoch den Körper mit dem menschlichen Auge an, wird man einen gelben Körper sehen. Dieser Vorgang erklärt sich durch das Prinzip der additiven Farbmischung, das auch der Mensch beim Farbsehen anwendet. „Additive Farbmischung liegt z.B. dann vor, wenn gleichzeitig oder in sehr kurzem Abstand das Licht von zwei oder mehreren Lichtquellen oder Aufsichtfarben in unser Auge gelangen.“³

1 K. Eschmann. Die Farbe als Gestaltungselement. S.11.

2 Manfred Richter. Einführung in die Farbmeterik. Berlin und New York. 1976. S.7.

3 Werner Schultze. Farbenlehre und Farbenmessung. Eine kurze Einführung. Berlin u.a. 1975. S.5.

3.3 Additive Farbmischung

Nach den Untersuchungen des Mathematikers H. Graßmann läßt sich mit Hilfe der vektoriellen Darstellung jede beliebige Farbe (Farbvalenz¹) durch die Mischung dreier Primärvalenzen² darstellen. „Eine Farbvalenz braucht [...] zu ihrer Beschreibung stets drei voneinander unabhängige Bestimmungsstücke; die Farbe ist also eine dreidimensionale Größe.“³ Graßmann formulierte 1853 in seinem ersten Gesetz, daß jede Farbe eindeutig als eine Linearkombination dreier Primärfarben dargestellt werden kann:

$$\check{F} = R_F \check{R} + G_F \check{G} + B_F \check{B}$$

\check{F} = Farbe

R_F, G_F, B_F = Mengen und Beträge, mit denen die Primärfarben in der additiven Mischung vertreten sind.

$\check{R}, \check{G}, \check{B}$ = Primärvalenzen oder Primärfarben, hier: Rot, Grün, Blau.

Aufgrund des ersten Graßmannschen Gesetzes läßt sich jede Farbe mit den drei Grundfarben reproduzieren. Wenn z.B. farbige Flächen durch Übereinanderprojektion mit Hilfe von Projektionsapparaten verschiedener Farben⁴ (Rot, Grün, Blau) erzeugt werden, werden sie als einheitliche Farbe wahrgenommen.⁵ Es entsteht die additive Farbmischung.

3.4 Farbsehen

Auf der Netzhaut des menschlichen Auges befinden sich 125 Millionen Sehzellen, die farbempefindlichen Zapfen und helldunkelempfindlichen Stäbchen.

1 Farbvalenz ist für Graßmann diejenige Eigenschaft einer (ins Auge einfallenden) Strahlung ('Farbreiz'), die das Verhalten dieses Farbreizes in der additiven Mischung mit anderen Farbreizen bestimmt.

2 Graßmann benutzt den Ausdruck *Primärvalenz* an Stelle des allgemeineren Ausdruckes *Grundfarbe*, denn eine Grundfarbe ist nicht willkürlich wählbar, sondern ist theoretisch und praktisch begründbar.

3 M. Richter. Einführung in die Farbmeterik. S.28.

4 vgl. Abbildung 2, S.13.

5 vgl. Günter Wyszecki. Farbsysteme. Göttingen. 1962. S.21.

Die Stäbchen sind 10000 mal lichtempfindlicher als die Zapfen, die von der Anzahl her nur rund 5% der Sehzellen ausmachen.¹

Die Zapfen lassen sich in drei Gruppen einteilen, die jeweils auf den roten, blauen und grünen Wellenlängenbereich reagieren.² Wenn elektromagnetische Wellen mit der entsprechenden Länge die Zapfen erreichen, werden diese verschieden stark erregt und der sogenannte Farbreiz wird erzeugt. Von

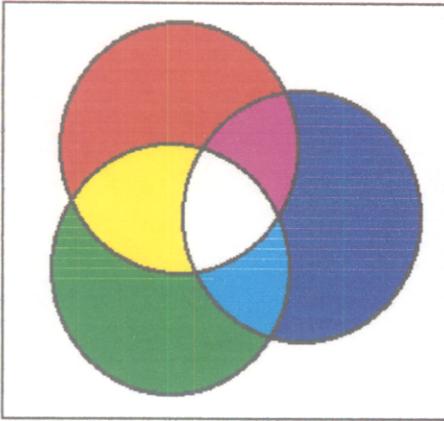
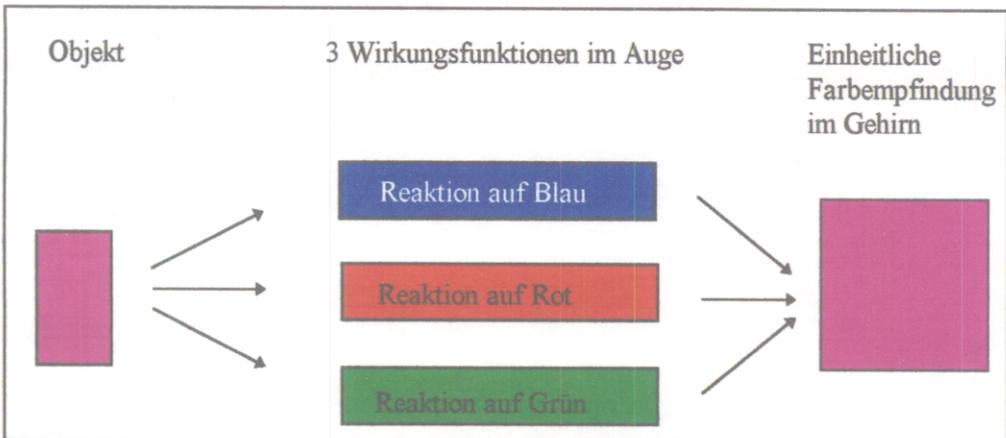


Abb.2

Nervenzellen und -strängen werden diese Erregungen zum Gehirn weitergeleitet, dort werden die Informationen nach dem Prinzip der additiven Farbmischung verarbeitet (siehe Abb. 2 und 3).

Die Zapfen gleichen also Photorezeptoren, die eine Empfindlichkeit für Licht der Wellenlänge von 435nm, 535nm und

560-570nm besitzen. Diese Meßgrößen entsprechen den Farben Blau, Grün und Rot. Bei einer gleichzeitigen Stimulierung der rot- und grün-empfindlichen

Abb.3³

Rezeptoren entsteht nach der Young-Helmholz-Theorie der Farbreiz für Gelb. Weiß entsteht bei der gleichstarken Stimulierung aller Rezeptoren, Schwarz beim Ausbleiben jeglicher Stimuli.⁴ „Obgleich es also noch nicht gelungen ist, einen einwandfreien wissenschaftlichen Beweis für die Theorie der drei

1 vgl. Meyers Lexikon in drei Bänden. Mannheim u.a. 1995. Stichwort: Auge.

2 siehe Abbildung 1, S.10.

3 nach W. Schultze. Farbenlehre und Farbmessung. S.9.

4 vgl. Joachim Knuf. Unsere Welt der Farben. Symbole zwischen Natur und Kultur. Köln. 1988. S.22.

verschiedenen Zapfentypen zu erbringen, muß angenommen werden, daß die Augen in dieser Weise funktionieren.“¹

Wenn eine Gruppe der Zapfen eine geringe oder gar keine Sensibilisierung für den verantwortlichen Spektralbereich besitzt, spricht man von einer Farbenblindheit (Daltonismus).

Selbst bei normal Sehenden ist nicht gewährleistet, daß bei einem identischen Farbreiz auch die gleiche Farbempfindung verspürt wird. „Während die Physik die Ursache der Farbe – das Licht – messen und kennzeichnen kann (Spektralphotometrie), gehört die Farbempfindung in das Betrachtungsgebiet der Physiologie und Psychologie.“²

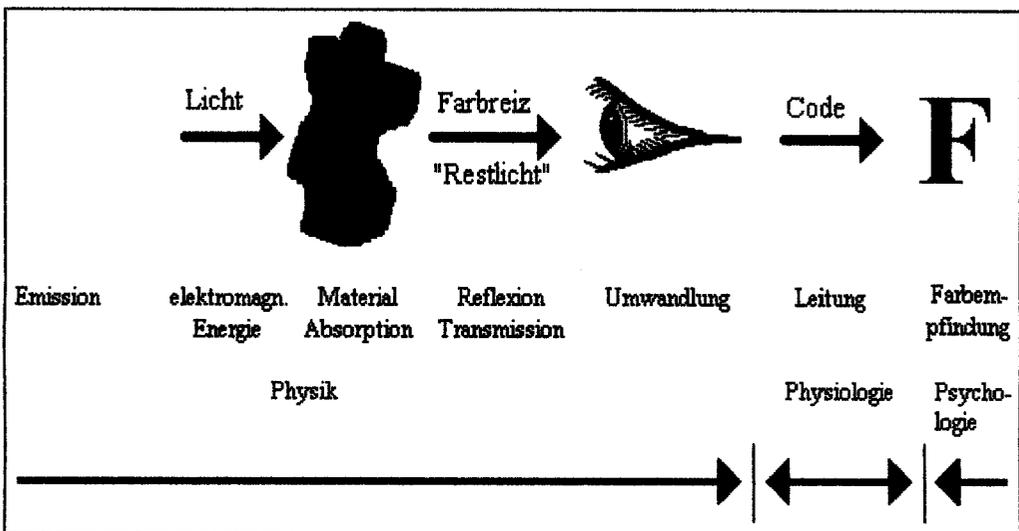


Abb.4³

Wenn also im folgenden von Farbe die Rede ist, handelt es sich nicht um einen Farbstoff oder ein Substanzgemisch, das zum Färben, Anstreichen oder Malen gebraucht wird, wie zum Beispiel Wasserfarben, Dispersionsfarben oder Ölfarben. Vielmehr soll unter dem Begriff Farbe die vom Menschen wahrgenommene Sinnesempfindung verstanden werden. Hierzu gehören auch die unbunten Farben, das „[...] sind die neutralen Farbnuancen, also die unbunten Grundfarben Weiß und Schwarz und sämtliche Mischungen aus ihnen, also sämtliche dazwischenliegenden Grautöne.“⁴

1 Harald Küppers. Farbe. Ursprung, Systematik, Anwendung. München. 1972. S.24.

2 G. Wyszecki. Farbsysteme. S18f.

3 nach Harald Küppers. Die Farbenlehre der Fernseh-, Foto- und Drucktechnik. Farbenlehre der visuellen Kommunikationsmedien. Köln. 1985 S.10f.

4 ebd. S.24.