

Symbolische Funktionen

Ein Gebrauchsprodukt hat symbolische Funktionen, wenn der menschliche Geist beim Wahrnehmen dieses Objektes angeregt wird, zu Komponenten früherer Erfahrungen und Gefühle Verbindungen zu knüpfen.

Die symbolischen Funktionen eines Produktes sind bestimmt durch alle geistigen, psychischen und sozialen Aspekte des Gebrauchs.

Das kann am Beispiel des Autos verdeutlicht werden:

- Durch den Gebrauch eines Autos, das von einer bestimmten sozialen Gruppe vorzugsweise benutzt wird (z.B. ein bestimmter Typ eines „Oldtimer“, der nicht mehr in Serie hergestellt wird), kann der Benutzer den Eindruck erwecken, er gehöre zu dieser Gruppe. Das Produkt wird zum Symbol für erwünschten sozialen Status.
- Ein pfeilschnell gestaltetes Auto wird zu einem Symbol für Geschwindigkeit, wodurch der Benutzer zu dem Image eines „schnellen Typs“ gelangen kann.
- Ein weiblicher Benutzer eines Autos kann seine Weiblichkeit durch den Gebrauch eines weichen, biomorph geformten Autos unterstützen. Das Auto wird zum Symbol für sexuelle Reize.

An dieser kurzen Darstellung wird deutlich, dass praktische und ästhetische Funktionen objektverhaftet sind und als wirkungskonstituierende Faktoren, im Wahrnehmungsprozess vermittelt, im menschlichen Bewusstsein Bedeutung erwirken. Theoretische und symbolische Funktionen sind dabei subjektverhaftete Quellen der Bedeutungskonstitution.

Aus: Bernd Löbach, Industrial Design im Unterricht, Ravensburg, 1979, S. 33