

BACHELORARBEIT

Anthropomorphisierung beim Character-Design von Tierfiguren

**Eine Untersuchung der Auswirkungen des
Anthropomorphismus auf das Character-Design und dessen
ästhetische Wirkung auf den Menschen**



CHRISTIAN REHM
2020

BACHELORARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts

Anthropomorphisierung beim Character-Design von Tierfiguren

—

**Eine Untersuchung der Auswirkungen des
Anthropomorphismus auf das Character-Design und dessen
ästhetische Wirkung auf den Menschen**

im Studiengang: Medien- und Kommunikationsdesign
Studienrichtung: Animation

S-FH MKDAN 16WS

1. Ausgabe, Stuttgart 2020
Copyright © Christian Rehm, 2020

Druck und Bindung: digital copy studio, Stuttgart
Printed in Germany

Hochschule Macromedia für angewandte Wissenschaften,
University of Applied Sciences



Erster Erstprüfer:

Professor Dominik Rinnhofer

Zweiter Erstprüfer:

Professor Alexander Maximilian Luckow

Vorgelegt von:

Christian Martin Rehm

Matr.-Nr.: S-36777

Studiengang: Medien- und Kommunikationsdesign (B.A.)

Fachrichtung: Animation

Stuttgart, 24. Januar 2020

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	6
-----------------------	---

Glossar	8
---------	---

Einleitung	12
------------	----

1 Der Anthropomorphismus

1.1 Historischer Überblick	16
----------------------------	----

1.2 Psychologischer Hintergrund	19
---------------------------------	----

2 Character Design

2.1 Grundlagen des Character Designs	22
--------------------------------------	----

2.2 Bedeutende Meilensteine	24
-----------------------------	----

2.3 Design Methoden	33
---------------------	----

3 Anthropomorphe Tierfiguren

3.1	Animal Farm, 1954	38
3.2	Maus, 1980	40
3.3	König der Löwen, 1994 & 2019	42

4 Anthropomorphisierung beim Character Design

4.1	Anthropomorphe Schweine Charaktere	46
4.2	Ästhetische Analyse	52

	Literaturverzeichnis	58
--	----------------------	----

	Eidesstattliche Erklärung	62
--	---------------------------	----

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

1

Abbildung 1	- Hans mein Igel	17
Abbildung 2	- Vom Fischer und seiner Frau	18

2

Abbildung 3	- Character Silhouetten	22
Abbildung 4	- Körperformen weiblicher Figuren im Vergleich ■	23
Abbildung 5	- Mr Vieux-Bois	24
Abbildung 6	- Alice im Wunderland	25
Abbildung 7	- Max und Moritz	25
Abbildung 8	- Superman Comic	25
Abbildung 9	- Astro Boy	26
Abbildung 10	- Asterix und Obelix	26
Abbildung 11	- Gertie the Dinausaur	27
Abbildung 12	- Micky Maus	27
Abbildung 13	- Donald Duck ■	27
Abbildung 14	- Ernie & Bert	28
Abbildung 15	- Wallace	28
Abbildung 16	- Woody	28
Abbildung 17	- Pac-Man	29
Abbildung 18	- Super Mario	29
Abbildung 19	- Pikachu	29
Abbildung 20	- Sonic the Hedgehog	30
Abbildung 21	- Lara Croft	30

Abbildung 22 - Michelin Mann	31
Abbildung 23 - Santa Claus	31
Abbildung 24 - Lurchi	32
Abbildung 25 - Nesquik Hase	32
Abbildung 26 - Augenhund und Tiefseehase ■	34
Abbildung 27 - Charaktererstellung bei dem Film ‚Inside Out‘ ■	35

3

Abbildung 28 - Animal Farm	38
Abbildung 29 - Maus Die Geschichte eines Überlebenden	41
Abbildung 30 - König der Löwen 1994 & 2019 ■	42
Abbildung 31 - Simba und Nala als Menschen	43

4

Abbildung 32 - Timwell ■	46
Abbildung 33 - Maxwell ■	47
Abbildung 34 - Samwell ■	47
Abbildung 35 - Samwell T-Pose ■	48
Abbildung 36 - Samwell Modeling Prozess ■	49
Abbildung 37 - Samwell Diffuse und Normal Map ■	50
Abbildung 38 - Samwell Turntable ■	51
Abbildung 39 - Umfrageteilnehmer ■	52
Abbildung 40 - Lieblingsschwein I mit angegebenen Gründen ■	53
Abbildung 42 - Vermenschlichungs-Skala von Schweinefiguren ■	54
Abbildung 42 - Lieblingsschwein II ■	55
Abbildung 43 - Einfluss der Animation ■	56

■ adaptierte Abbildungen

■ selbsterstellte Abbildungen

GLOSSAR

Begriff	Definition / Erklärung
Anime	Plural: Animes / Bezeichnung für in Japan produzierte Animationsfilme.
Anthropomorphismus	Übertragung menschlicher Eigenschaften auf Nicht-Menschliche Gegenstände oder Tiere / Vermenschlichung.
Arcade Automat	Ein Gerät, an dem der Benutzer gegen Geldeinwurf Arcade Spiele, wie Donkey Kong oder Pac-Man spielen kann / erlebte seine Blütezeit in den 80ern.
CGI	= Compter Generated Imagery / Bezeichnung für visuelle Grafiken oder Bewegtbilder, welche ausschließlich mit Hilfe von 3D-Computergrafik entstanden sind.
Character Design	Gestaltung und Umsetzung einer Figur für die spätere Verwendung in Animationen, Grafiken, Comics, usw. mit der sich der Betrachter identifizieren soll (Erlhoff et al., 2007, S.64). Der Begriff Character/Charakter umfasst dabei sowohl den optischen Aspekt als auch die inneren Werte einer Figur und wird in dieser Arbeit simultan verwendet.
Disney	1923 gegründetes US-amerikanisches Medienunternehmen mit Sitz in Burbank (Kalifornien) (Ganzer Name: The Walt Disney Company).
Coca-Cola	1986 gegründeter US-amerikanischer Getränkehersteller mit Sitz in Atlanta (Georgia)

Begriff

Definition / Erklärung

Jump ,n' Run

Englisch für **springen und laufen** / Bezeichnung für ein Videospiegelgenre, bei dem sich die Spielfigur laufend und springend fortbewegt.

Manga

Plural: **Mangas** / Bezeichnung für in Japan produzierte Comics.

Maya

1998 erschienene Software zur 3D-Visualisierung und -Animation (Entwickler: **Autodesk Inc.**).

Michelin

1889 gegründeter französischer Reifenhersteller mit Sitz in **Clermont-Ferrand**.

Modeling

3D Modellierung / Prozess des Erstellens eines dreidimensionalen, virtuellen Objekts mit Hilfe von spezieller Software.

Nestlé

1866 gegründeter Schweizer Nahrungsmittelkonzern mit Sitz in **Vevey**.

Nintendo

1889 gegründeter japanischer Hersteller von Videospiele und Spielekonsolen mit Sitz in **Kyōto**.

Pixar

1979 gegründetes US-amerikanisches Animationsstudio mit Sitz in **Emeryville (Kalifornien)** / gehört seit 2006 zu **Disney** / bekannt für Animationsfilme wie **Toy Story**, **Findet Nemo** oder **Die Unglaublichen**.

Polygon

Geometrische Fläche, welche aus drei oder mehr Knotenpunkten (**Vertices**) besteht, die wiederum jeweils durch Kanten (**Edges**) verbunden sind.

Begriff	Definition / Erklärung
Reboot	Neuinterpretation eines bereits veröffentlichten fiktionalen Werkes.
Rendering	Deutsch: Bildsynthese / Bezeichnung für den digitalen Prozess der Bilderstellung aus Rohdaten, wie z.B. aus 3D-Geoinformationen.
Salamander	1885 gegründeter deutscher Schuhhersteller mit Sitz in Langenfeld (Nordrhein-Westfalen) .
Sculpting	Sculpt Modeling / Spezieller Vorgang beim Modeling Prozess, der das Verformen eines dreidimensionalen, virtuellen Objekts mit Hilfe von spezieller Software beschreibt / vergleichbar mit dem Verformen von Lehm.
SEGA	1940 gegründeter japanischer Hersteller von Videospiele und Arcade Automaten mit Sitz in Ōta (Tokio) .
Sony	1946 gegründeter japanischer Elektronikkonzern mit Sitz in Minato (Tokio) .
Stop-Motion	Filmtechnik, bei der eine Bewegungsillusion erzeugt wird, indem einzelne Bilder von unbewegten Motiven aufgenommen und anschließend aneinandergereiht werden.
Substance Painter	2010 erschienene Software zur 3D-Texturierung (Entwickler: Allegorithmic).
Turntable-Animation	Animation einer sich im Kreis drehenden Plattform, welche sich in der Regel komplett um 360 Grad dreht und in einer unendlichen Schleife abgespielt werden kann.

Begriff**Definition / Erklärung**

Uncanny Valley

Effekt, welcher die steigende Akzeptanz einer künstlichen Figur ausgehend von dessen anthropomorphen Zügen beschreibt, welche aber ab einem gewissen Grad einen Einbruch verzeichnet (Decker, 2010, S. 1–3).

ZBrush

1999 erschienene Software zur 3D-Visualisierung und -Texturierung (Entwickler: **Pixologic**).

Zoomorphismus

Übertragung tierischer Eigenschaften auf Menschen / Vertierlichung.

EINLEITUNG

Es ist vielleicht eines unserer menschlichsten Eigenschaften, erlebte Geschehnisse aus dem Alltag anhand von Geschichten weiter zu erzählen. Dabei spielt das soziale Verarbeiten des Erlebten eine zentrale Rolle, welche nicht selten in Form von Metaphern zum Ausdruck gebracht wird. Jene Projektion von menschlichen Attributen in andere Lebewesen und Gegenstände wird **Anthropomorphismus** genannt und beschreibt ein Verhaltensmuster, welches wohl seit Anbeginn Teil der Menschheitsgeschichte ist. Die Personifizierung kann dabei von Steinen und Pflanzen, bis hin zu ganzen Gebirgen und Meeren alles Mögliche sein, kommt aber bei Tieren, vor allem bei menschenähnlichen Säugetieren, am Häufigsten vor (Oesterdiekhoff, 2012, 139-142).

Anthropomorphe Figuren sind dabei nicht nur in alten Geschichten und Märchen relevant. Auch in der heutigen Unterhaltungsindustrie sind Charaktere wie Micky Maus oder Donald Duck längst zur Ikone und zu einem nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil unserer Kultur geworden (Pfeffer, 2012, S. 86). Interessant ist dabei nun die Frage, wann einem jene vermenschlichten Figuren ästhetisch erscheinen und welchen Einfluss der Grad der anthropomorphen Eigenschaften der Figur dabei auf das **Character Design** hat. Dies wird in dieser Arbeit vor allem in Bezug auf anthropomorphe Tiercharaktere untersucht, wobei vor allem folgende zwei Hypothesen beleuchtet werden:

- 1 Je anthropomorpher ein Tiercharakter gestaltet ist, desto eher kann man sich in diesen hineinversetzen und desto eher ist man gewillt, sich auf ihn einzulassen und dessen Geschichte zu erfahren.
- 2 Beim Designprozess eines Characters gilt es besonders darauf zu achten, die Animation so zu gestalten, dass diese die anthropomorphen Eigenschaften der Figur auf sympathische und natürliche Art und Weise transportiert, ohne dabei zu realistisch zu sein, Stichwort **Uncanny Valley**.

AUFBAU DER ARBEIT

Kapitel 1 dieser Bachelorarbeit befasst sich ausführlich mit dem Begriff des Anthropomorphismus. Hier wird der historische Ursprung dieses Phänomens, sowie dessen psychologische Erklärbarkeit beschrieben.

In **Kapitel 2** werden die Grundlagen des Character Designs vorgestellt und ein umfassender Überblick über dessen bedeutsamsten Meilensteine skizziert. Außerdem wird dargelegt, welche Herangehensweisen und Methoden es gibt, um einzigartige ästhetische Figuren zu entwickeln. Hierbei wird unter anderem auch Bezug auf das Character Design des Animationsstudios **Pixar** genommen und deren vielversprechende Techniken untersucht.

Anschließend wird in **Kapitel 3** die Veränderung von anthropomorphen Charakteren in Trickfilmen und Comics in den letzten 70 Jahren anhand von drei Beispielen beleuchtet. Es wird dabei besonders auf die Gründe für das Verwenden von Tiercharakteren eingegangen, sowie das Einfließen von Stereotypisierung behandelt. Bei den angesprochenen Beispielen handelt es sich um den Zeichentrickfilm **Animal Farm** aus dem Jahr 1954, welcher auf der gleichnamigen Fabel von **George Orwell** beruht, die Grafiknovelle **Maus**, welche von 1980 bis 1991 erschien, sowie **Der König der Löwen**, wobei hier sowohl der Original Zeichentrickfilm aus 1994, als auch die **CGI** Neuverfilmung aus 2019 thematisiert wird.

Kapitel 4 befasst sich schließlich damit, die Auswirkungen des Anthropomorphismus auf das Character-Design von Tierfiguren ausgehend von den erarbeiteten Vorkenntnissen aus dieser Arbeit, zu untersuchen. Dabei wird vor allem die ästhetische Wirkung auf den Betrachter anhand von selbsterstellten anthropomorphen Schweinecharakteren erforscht und durch qualitative Meinungsfragen und Statistiken ausgewertet.



Kapitel 1

Der Anthropomorphismus

1.1 HISTORISCHER ÜBERBLICK

ANTIKE BIS MITTELALTER

Historisch gesehen, liegen die Ursprünge des Anthropomorphismus-Begriffes in der Antike. So hat laut einem spätantiken Standardwerk der Heilkunde, bereits **Pythagoras** um 510 v. Chr. die Wurzeln einer Alraune als menschenähnlich bezeichnet (Becker, 2007, S. 72).

In spätantiken Schriften wurde der Begriff des Anthropomorphismus aber vor allem dazu verwendet, um die Menschlichkeit Gottes zu beschreiben. So versuchte beispielsweise der jüdische Denker **Philo von Alexandrien** um 20 v. Chr. das Volk davon zu überzeugen, dass Gott niemals menschenähnlich sein kann, da das Bild eines anthropomorphen Gottes mit menschlichen Begierden ein Absurdum sei und dies Ketzerei gleichkomme (Becker, 2007, S. 74-75).

Die mittelalterliche Betrachtungsweise des Anthropomorphismus-Begriffes wird ebenfalls stark durch die Religion beeinflusst. In der Bibel wird Jesus Christus als fleischgewordener Sohn Gottes bezeichnet und ist somit als halb menschliches, halb göttliches anthropomorphes Wesen zu verstehen (Becker, 2007, S. 75-79).

NEUZEIT BIS HEUTE

Erst zu Beginn der Neuzeit erhält der Begriff des Anthropomorphismus zum ersten Mal eine weitere Bedeutung fern der Theologie. Durch das Niederschreiben von Märchen und Volkssagen im 19. Jahrhundert - unter anderem durch die Gebrüder Jacob und Wilhelm Grimm - wurde die Aufmerksamkeit der Poesie erstmalig auf das Volk gerichtet. Die sogenannte **Poesie der Ungebildeten** befasst sich nun mit Geschichten, welche neben religiösen Themen auch das einfache Volk thematisiert. So nahmen die Kindergeschichten und Tiermärchen ihren Ursprung (Lüthi, 2016, S. 51-53).

Auffallend bei den ersten Märcen und Fabeln ist, dass wie beispielsweise in **Fitchers Vogel** und **Die sechs Schwäne** zwar Tierfiguren vorkommen, es sich bei diesen aber lediglich um verkleidete oder verzauberte Menschen handelt, welche auch in den meisten Fällen am Ende der Geschichte wieder zurückverwandelt werden.

Der namensgebende Protagonist des Märchens **Hans mein Igel**, welches 1819 erstmals im zweiten Sammelwerk der Gebrüder Grimm schriftlich erwähnt wird, ist ein Halb-Mensch-Halb-Igel-Geschöpf, welches als Missgeburt beschrieben wird und deshalb auch von seinem Vater verstoßen wird. Am Ende der Handlung kann Hans mein Igel zwar seine Igelhaut ablegen und sein angeblich wahrer prinzen gleicher Menschenkörper kommt zum Vorschein, dennoch kann man diese Figur klar als eines der ersten anthropomorphen Tiercharaktere bezeichnen (Uther, 2013, S. 232-234).

Abbildung 1 zeigt eine Illustration des Märchens von **Otto Ubbelohde** aus dem Jahr 1908, in dem Hans mein Igel zu sehen ist, wie er Dudelsack spielend auf einem Gockelhahn sitzt und seine Schweine hütet. Hierbei kommt seine anthropomorphe Seite sehr gut zu Geltung, da er zwar einer menschlichen Tätigkeit nachkommt, dabei aber dennoch die Nähe zu anderen Tieren sucht.



Abbildung 1 - Hans mein Igel (Ubbelohde, 1908)

Eines der ersten Märchen, in dem ein richtiges Tier wahrlich als anthropomorph bezeichnet werden kann, ist das Märchen **Vom Fischer und seiner Frau**. Darin fängt ein Fischer einen sprechenden Heilbutt, welcher ihm auf die Forderung hin, dass er ihn am Leben lasse, einen Wunsch gewährt. Da die Frau des Fischers aber im Laufe der Geschichte immer gieriger wird und der Heilbutt immer größere Wünsche erfüllen muss, reißt diesem am Ende der Geduldsfaden und er setzt alle erfüllten Wünsche wieder in den Ursprungszustand zurück, was - neben der Tatsache dass er sprechen kann - seine Menschlichkeit besonders untermalt (Runge, 1808).



Abbildung 2 - Vom Fischer und seiner Frau (Zick, 1975)

So nehmen die Geschichten der anthropomorphen Figuren ihren Lauf und spätestens nach den ersten Märchen-Verfilmungen, sind diese nicht nur als Bewegtbild auf der Kinoleinwand zu sehen, sondern schmücken auch in Form unterschiedlichster Spielzeugausführungen und Kleidungsmotiven unseren Alltag. Man könnte sagen, dass das künstliche Tier heutzutage einen so großen Stellenwert in unserer Kultur eingenommen hat, dass es quasi nicht mehr wegzudenken ist (Ach & Stephany, 2009, S. 95).

1.2 PSYCHOLOGISCHER HINTERGRUND

Im diesem Unterkapitel wird nun die Frage genauer erläutert, warum der Mensch so ein großes Interesse an anthropomorphen Tieren hat und was die psychologischen Hintergründe dafür sind.

Laut Balve erkennt der Mensch an seiner Umwelt nur das, was ihm von Natur aus zugänglich sei, also was er mit seinem eigenen Geist und seinen im Laufe der Jahrhunderte angesammelten Erfahrungen selbst verstehen kann. Aus diesem Grund können wir nur etwas über die Welt aussagen, insofern wir diese auch aus menschlicher Sicht betrachten und schildern (Balve, 1990, S.97-99). So ist es also nur verständlich, dass beim Erzählen von Geschichten - auch wenn es sich um Geschichten über Tiere handelt - stets der Mensch selbst und seine darin hineinprojizierte Rolle ein wesentlicher Bestandteil ist. Man könnte sogar so weit gehen und behaupten, der Mensch sei durch seine Inkarnation in einen menschlichen Leib dazu verdammt, die Welt auch nur aus einer menschlichen Perspektive betrachten zu können und sei deshalb zu gar nichts anderem in der Lage (Becker, 2007, S. 72).

In weiteren theologischen Auseinandersetzungen mit dem Begriff könnte man den Beginn des menschlichen Anthropomorphismus auch anhand des Sündenfalls von Adam und Eva betrachten. Hier verliert der Mensch durch das Essen vom Baum der Erkenntnis seine ursprüngliche überlegene Natur und kommt durch seine gewonnene Sterblichkeit dem Tier näher als Gott. Thönges zufolge ist das der Grund warum der Mensch sich seit Jeher dazu beauftragt fühlt, über die Tierwelt zu wachen und sie deshalb als ein Ebenbild seiner selbst sieht. Den Tieren wird so laut Thönges von Natur aus schon etwas Menschlichkeit zugeschrieben, was vielleicht der Grund dafür ist, warum wir vor allem Tiere personifizieren (Thönges, 1993, S. 122-123). Hedinger spricht dabei von einer sogenannten Angleichungstendenz, welche der Mensch auf das Tier ausübt, um sich besser in dieses hineinversetzen zu können. Die Tiere würden - so seiner Theorie zufolge - dasselbe mit uns auch machen und uns quasi vertierlichen. Der Anthropomorphismus des Menschen würde dabei also dem **Zoomorphismus** des Tieres entsprechen (Hediger, 1990, S.313).

Somit wäre der Effekt des Anthropomorphismus psychologisch gesehen ein völlig natürlicher Vorgang, welcher jedem annähernd intelligenten Lebewesen innewohnt, wobei der Mensch keine Ausnahme ist.



Kapitel 2

Character Design

2.1 GRUNDLAGEN DES CHARACTER DESIGNS

Der Definition von Erlhoffs Design Dictionary nach, befasst sich Character Design mit der Gestaltung und Umsetzung einer Figur, welche später als Stand- oder Bewegtbild, beispielsweise in einem Animationsfilm oder in einem Videospiel, Verwendung findet. Besonders wichtig dabei ist, nicht unbedingt einen besonders hübschen oder ästhetischen Charakter zu erstellen, sondern viel mehr eine Figur zu erschaffen, mit der sich möglichst jeder Mensch identifizieren kann (Erlhoff et al., 2007, S.64).

Aus diesem Grund ist es üblich, beim Character Design Prozess viel mit dem Mittel der **Stereotypisierung** zu arbeiten, um Eigenschaften und Attribute, welche eine Figur besitzt, einfacher veranschaulichen zu können. Künstliche Figuren können in ihrer Komplexität niemals an die des Menschen herankommen, weshalb eine Beschränkung auf ein paar wenige, aber dafür sehr gut ausgearbeitete Attribute, in der Regel am meisten Sinn macht. Ein typisches Vorgehen, um dies bewerkstelligen zu können, ist das Stilmittel der Übertreibung, welches, angelehnt an die Prinzipien der Animation, essenziell für die Glaubwürdigkeit einer Figur ist. Nur durch das überspitzte Überzeichnen der Wesensmerkmale, lassen sich die Emotionen eines Charakters für jeden verständlich kommunizieren (Koch, 2003, S.26-27).

Wie in Abbildung 3 zu sehen ist, fängt diese Art der Übertreibung eines Charakters schon bei der Gestaltung der bloßen Silhouette an. Bei einem Wesen mit besonders großem Kopf und kleinen Körper wird es sich beispielsweise, im Gegensatz zum muskulösen Sportfreak mit langen Gliedmaßen und geschwollener Brust, wohl eher um eine schlaue, vielleicht etwas tölpelhafte, nachdenkliche Figur handeln.

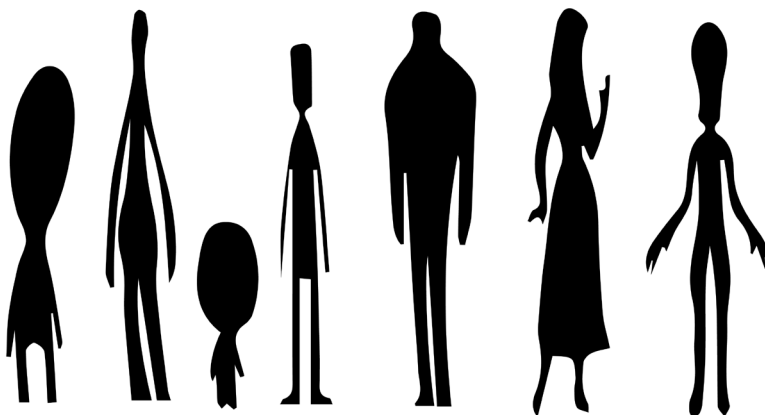


Abbildung 3 - Character Silhouetten (Islam, et al., 2010, S. 4)

Neben den zu unterstreichenden Charaktereigenschaften, spielt auch die Einzigartigkeit und vor allem die Wiedererkennbarkeit einer Figur eine wesentliche Rolle beim Gestaltungsprozess.

Abbildung 4 zeigt, wie unterschiedlich Figuren allein schon durch den grundlegenden Aufbau ihrer körperlichen Proportionen gestaltet werden können. Bei allen hier dargestellten Charakteren handelt es sich, vom Körperaufbau her, im Grunde um denselben generischen Frauen-Charakter. Dennoch haben es alle hier aufgelisteten Animationsstudios geschafft, sich deutlich von anderen Stilen abzugrenzen, was für deren einzigartiges Character-Design spricht.

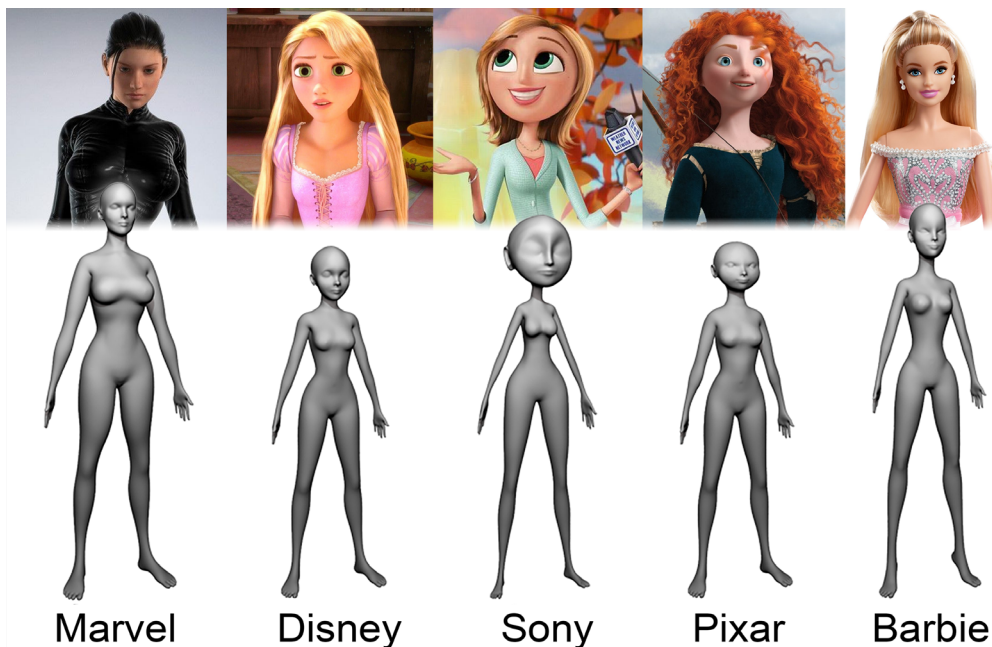


Abbildung 4 - Körperformen weiblicher Figuren im Vergleich (Adaptiert von Fleming et al., 2017, S.4)

Im Laufe dieses Kapitels werden einige Techniken und Herangehensweisen vorgestellt, auf deren Grundlage erfolgreiche Animationsstudios, wie **Disney**, **Pixar** oder **Sony**, ihre einzigartigen Charaktere erstellen (siehe Kapitel 2.3). Doch zuerst erfolgt ein Überblick über die bedeutendsten Meilensteine des Character-Designs während der letzten Jahre.

2.2 BEDEUTENDE MEILENSTEINE

Mit der Einführung des Bilderbuches, des Comics und schließlich des Bewegtbildes, kam zur literarischen Figurenentwicklung schließlich eine visuelle Komponente hinzu und gutes Character Design wurde immer mehr zu einem essenziellen Teil unserer modernen Wirtschaft. Mit Hilfe von ansprechend gestalteten Charakteren lassen sich Geschichten erzählen und Emotionen hervorrufen, welche unserem Mitgefühl realen Menschen gegenüber in nichts nachstehen (Koch, 2003, S. 10).

Nicht umsonst verwenden bekannte Marken wie *Disney*, *Nintendo* oder *Nestlé* emotionalisierte Charaktere, um ihr Markenimage zu verbessern und Kunden an ihre Produkte zu binden. Im Folgenden werden einige Meilensteine berühmter Kunstfiguren aus den unterschiedlichen wirtschaftlichen Industriesektoren vorgestellt und von deren Einfluss auf die Historie des Character Designs berichtet.

PRINTINDUSTRIE

Durch das Niederschreiben der ersten Märchen, Sagen und Geschichten Anfang des 19. Jahrhunderts (-> *Kapitel 1.1*), erhielten alsbald auch die ersten illustrierten Bilderbücher den Einzug in unsere Kulturwelt und es war nur eine Frage der Zeit, wann gezeichnete Charaktere die Printindustrie erobern sollten.



Abbildung 5 - Mr Vieux-Bois
(Töpfer, 1837)

Als Vorläufer des heutigen Comics gelten die Bilder geschichten des französischsprachigen Schweizers **Rodolphe Töpfer**. Sein 1837 erschienenes Erstlingswerk **Histoire de Mr Vieux-Bois** weist einige der allerersten visualisierten Charaktere aller Zeiten auf und überrascht mit lustigen satirischen Geschichten, deren Illustrationen, bereits wie in heutigen Comicgeschichten üblich, nebeneinander in Panels angeordnet waren (Schwender, Grahl, & Knieper, 2019, S. 380).

Abbildung 5 zeigt den titelgebenden, duellfreudigen und liebestollen Mr Vieux-Bois.

Ein weiterer Bilderbuch-Vorreiter war **Alice im Wunderland** aus dem Jahr 1865. Die Illustrationen des britischen Künstlers **John Tenniel** erwiesen sich schließlich auch als Inspirationsquelle für den etwa 100 Jahre später erscheinenden Disney Klassiker aus dem Jahr 1951 (Koch, 2003, S. 14).



Abbildung 6 - Alice im Wunderland (Tenniel, 1865)

In Abbildung 6 sieht man die Teegesellschaft des verrückten Hutmachers.

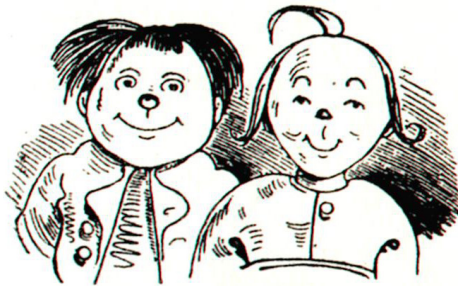


Abbildung 7 - Max und Moritz (Busch, 1865)

Als deutsches Äquivalent dazu, könnte man die Bildergeschichten des Dichters und Zeichners **Wilhelm Busch** sehen. Eines seiner bekanntesten Werke **Max und Moritz**, welches ebenfalls 1865 erschien, zeichnet sich vor allem auch durch die einzigartigen illustrierten Charaktere aus. Besonders deren Prägnanz und Schlichtheit erweisen sich als wegweisend für das moderne Character Design (Koch, 2003, S. 14).

Einer der Meilensteine des Character Designs war außerdem zweifelndfrei das Erscheinen des ersten **Superman** Comics 1938, welcher den Beginn der Superhelden Charaktere einläutete und dem Comic Heft zum Status des ersten medialen Jugendkulturgutes verhilft. Jener kulturelle Trend stieg so rapide an, dass sich bereits 1940 allein in den USA über zweihundert Millionen Comic Hefte verkauften.

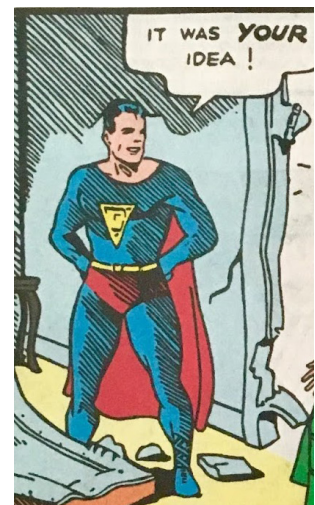


Abbildung 8 - Superman Comic (Shuster, 1938)

Abbildung 8 zeigt einen Comic Strip der ersten Ausgabe des Magazins **Actions Comics**, in welcher die Figur des Superman zum ersten Mal in Erscheinung tritt. Ab 1939 erhielt Superman zusätzlich ein eigenes Heft, das bald jeden Monat über eine Millionen Exemplare Absatz findet (Abel & Klein, 2016, S. 12).

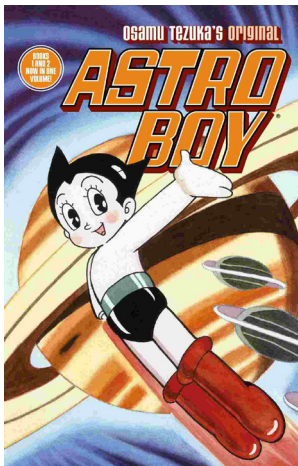


Abbildung 9 - Astro Boy
(Tezuka, 2002)

Eine heute nicht mehr wegzudenkende Sparte der Printindustrie sind die japanischen **Mangas**, welche nach Ende des Zweiten Weltkrieges mehr und mehr an Popularität gewannen. Eine der ersten auch hierzulande bekannten Serien, **Astro Boy (1951)**, handelt von einem androiden Roboter, der in einer futuristischen Welt Verbrechen bekämpft. Erwähnenswert ist hierbei vor allem das damals einzigartige, heute klassisch-japanische Character Design des Mangaka **Osamu Tezuka**, in welchem die Figuren vor allem durch ihre großen Augen herausstechen. Adaptionen dieses Stils lassen sich beispielsweise in heutigen Mangas und **Animes** wie **Pokemon**, **Naruto** oder **One Piece** finden (Solomon, 2009).

Die Charaktere aus dem **Asterix** Universum gehören wohl zu den erfolgreichsten aller Zeiten und mit dem Erfinden der beiden Gallier **Asterix und Obelix** im Jahr 1959, haben die französischen Autoren **René Goscinny** und **Albert Uderzo** Figuren erschaffen, die sich auch heute noch allergrößter Beliebtheit erfreuen. Einer der Gründe für den Erfolg der Figuren sind neben den witzigen Dialogen wohl auch das individuelle Aussehen der Charaktere: Flügelhelm und Schnauzer gehören schon längst zum Standardkostüm auf alljährlichen Faschingsparties und auch die Figuren selbst machen sich im Comic immer wieder über ihre übergroßen Nasen lustig (Decker, 1978).



Abbildung 10 - Asterix und Obelix
(Uderzo & Goscinny, 1973)

Abbildung 10 zeigt die beiden Hauptfiguren auf dem Cover des 1973 erschienenen 20. Bandes **Asterix auf Korsika**.

Weitere bedeutsame Charaktere, welche man vor allem der Comic- und Printindustrie zuschreiben kann und es aus Platzgründen nicht geschafft haben hier vorgestellt zu werden, sind unter anderem: **Tim und Struppy** (1929), **Spirou und Fantasio** (1938), **Lucky Luke** (1946) und **Garfield** (1978).

FILMINDUSTRIE

Viele Comicfiguren finden früher oder später einen Weg auf die Leinwand, doch mindestens genauso viele werden extra für dieses Medium erschaffen. Nun werden einige der bedeutsamsten Kultcharaktere vorgestellt.

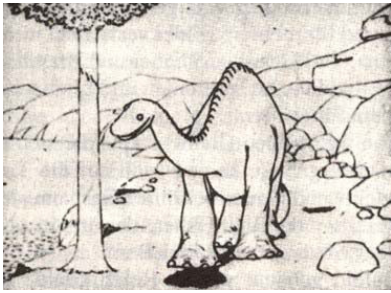


Abbildung 11 - Gertie the Dinosaur (McCay, 1914)

Die erste animierte Figur wurde 1914 von dem amerikanischen Karrikaturisten und Comiczeichner **Winsor McCay** entworfen und trägt den Namen **Gertie the Dinosaur**. Gertie war somit der erste Charakter, der durch seine animierte Persönlichkeit, Eigenschaften wie Schüchternheit oder Dickköpfigkeit ausdrücken konnte (Koch, 2003, S. 15), auch wenn es sich bei der damaligen Erstveröffentlichung lediglich um einen Stummfilm handelte und sämtliche Dialoge immer zwischendurch per Textfeld eingeblendet werden mussten.

Mit dem Kurzfilm **Steamboat Willie** im Jahr 1928 gelang dem damals noch unbekanntem Trickfilmzeichner **Walt Disney** der erste vertonte Zeichentrickfilm. In diesem ist die wohl bekannteste Zeichentrickfigur **Micky Maus** geboren und ein kleines Unternehmen wurde mit dessen Hilfe zum Weltkonzern.

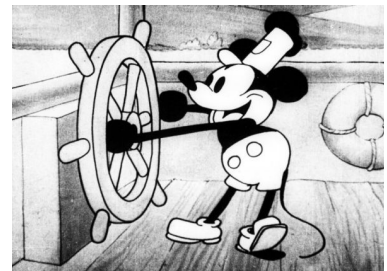


Abbildung 12 - Micky Maus (Disney & Iwerks, 1928)

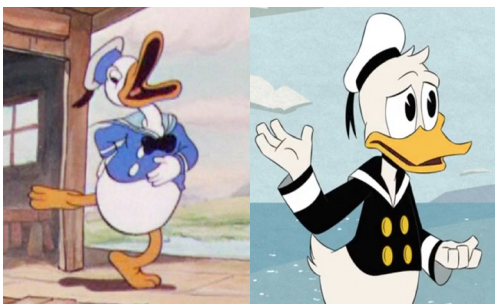


Abbildung 13 - Donald Duck (Adaptiert von Disney & Jackson, 1934 und Youngberg, Terrace, & Aoshima, 2017)

Der gelegentlich zu spontanen Wutausbrüchen neigende Erpel **Donald Duck** fand mit dem Kurzfilm **Die kluge kleine Henne**, 1934 als Nebencharakter sein Debut, konnte sich aber schnell zu einem der beliebtesten Zeichentrickfiguren aller Zeiten mausern, und das nicht nur innerhalb des **Disney** Universums. Spannend dabei ist vor allem seine optische Veränderung im Laufe der Zeit. In Abbildung 13 kann man **Donald** sowohl in seiner 1934er, also auch in seiner aktuellen 2017er-Version in der **Reboot** Serie **Ducktales** sehen.

Die weltbekannte Kinderserie **Sesamstraße** läuft seit 1969 auf der ganzen Welt und gilt als Paradebeispiel für gutes Puppensdesign. Hierbei ist vor allem der Puppenspieler **Jim Henson** zu erwähnen, der mit seinen Figurencreationen wie beispielsweise **Kermit der Frosch**, **Miss Piggy**, das **Krümelmonster** oder **Ernie und Bert** (siehe Abbildung 14) ganze Generationen von Kindern begeisterte (Koch, 2003, S.16).



Abbildung 14 - Ernie & Bert
(Henson, 1969)



Abbildung 15 - Wallace (Copeland & Park, 1989)

Einen ebenso einzigartigen Character Design Stil verfolgte der Videokünstler **Nick Park** im Jahr 1989 mit seinem Film **Wallace & Gromit - Alles Käse**. Park perfektionierte die **Stop-Motion** Technik, mit dessen Hilfe er seinen Charakteren durch das Fotografieren von Knetmasse Leben einhauchen konnte. Es heißt, zu dieser Zeit wurde nur für drei Sekunden Film ein voller Drehtag benötigt (Adolphson, 1991).

Eines der zentralen Meilensteine der Filmgeschichte war zweifellos der Film **Toy Story** aus dem Jahr 1995, der als erster vollständig computeranimierter Kinofilm aller Zeiten gilt und eine neue Ära an Animationsfilmen eingeleitet hat. Pixar hat durch das Verwenden von computergenerierten Elementen, Charaktere mit einer ganz eigenen Ästhetik geschaffen, wie beispielsweise Woody in Abbildung 16. Diese Technik entwickelte sich im Laufe der Zeit bis hin zum perfekten Realismus und ist heute nicht mehr wegzudenken (Koch, 2003, S.18).



Abbildung 16 - Woody
(Guggenheim, Arnold & Lasseter, 1985)

Weitere bedeutsame und erwähnenswerte Charaktere aus der Filmgeschichte wären Figuren wie: **Popeye** (1919), **Betty Boop** (1930), die **Looney Toons** (1930), **Tom & Jerry** (1940), Die **Peanuts** (1950) **Fred Feuerstein** (1960) und **Shrek** (2001).

SPIELEINDUSTRIE

Die Spieleindustrie ist die Heimat der ikonschsten Charaktere des letzten Jahrhunderts. Die erste Spielfigur, die man wirklich als individuellen Charakter bezeichnen kann, ist die 1980 für **Arcade-Automaten** entwickelte kleine gefräßige Kugel namens **Pac-Man**. Das simple Design hat die Figur vor allem der damaligen technischen Einschränkungen zu verdanken und bestand anfangs nur aus wenigen Pixeln. In heutigen Spielen glänzt Pac-Man aber nicht nur durch seine dazugewonnenen Gliedmaßen, sondern auch durch seinen individuellen Charme, wie beispielsweise in dem Spiel **Super Smash Bros Ultimate** aus dem Jahr 2018 (siehe Abbildung 17).



Abbildung 17 - Pac-Man
(Sakurai & Kimishima, 2018)

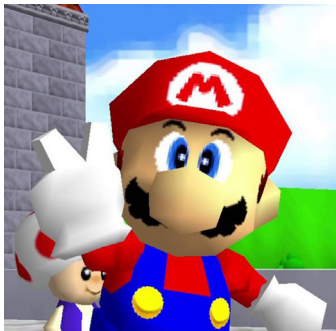


Abbildung 18 - Super Mario
(Miyamoto, Koizumi & Tezuka, 1996)

Der wohl mit Abstand bekannteste Videospielecharakter **Super Mario** fand seinen Ursprung ebenfalls in der Arcade-Szene. Mit seinem ersten Spiel **Donkey Kong Arcade**, aus dem Jahr 1981, schrieb **Nintendo** schnell Geschichte. Als erste hochauflösende Figur auf Spieleverpackungen, könnte man den italienischen Klempner auch noch vor **Pac-Man** als ersten richtigen designten Videospielecharakter überhaupt bezeichnen (Koch, 2003, S. 12). Mit dem Spiel **Super Mario Bros** aus dem Jahr 1985 definierte er das **Jump n Run** Genre und mit **Mario 64** aus dem Jahr 1996 gelang ihm mit dem Sprung in die dritte Dimension ein weiterer Meilenstein (siehe Abbildung 18).

Mindestens genauso bekannt wie **Mario** ist das gelbe Taschenmonster **Pikachu**, das mit dem Spiel **Pokemon Rot und Grün** in Japan 1996 zum ersten Mal in Erscheinung trat. Neben seinem Auftritt als Videospielecharakter, ist die Figur vor allem durch den seit 1997 laufenden **Anime** bekannt. 2014 war **Pikachu** sogar das offizielle Maskottchen des japanischen Nationalteams während der Fußballweltmeisterschaft in Brasilien (Linken, 2014).



Abbildung 19 - Pikachu
(Tanaka et al., 2011)



Abbildung 20 - Sonic the Hedgehog
(Nishiyama & Hashimoto, 2008)

Oft als Äquivalent zu **Mario** bezeichnet wird der blaue Igel **Sonic the Hedgehog**, welcher 1991 zum ersten Mal in Erscheinung tritt und seitdem dem Videospiel-Unternehmen **SEGA** als Maskottchen dient. Im Gegensatz zu **Mario** wurde der geschwindigkeitsliebende Igel nicht als bloße Spielfigur, sondern vielmehr als Markeninstrument entworfen, um die damalige Spielekonsole **SEGA Genesis** zu promoten. Der damalige Präsident von **SEGA**, **Hayao Nakayam**, beauftragte ein Team von 15 Leuten, eine Figur zu entwickeln, welche für **SEGA** das wird, was **Micky Maus** für **Disney** ist und dies ist dem Team offensichtlich auch gelungen (Kennedy, 2004).

Genauso wie **Mario 64** gehört auch das Spiel **Tomb Raider** aus dem Jahr 1996 zu einem der ersten 3D Spielen aller Zeiten. Die in dem Spiel agierende Hauptfigur trägt den Namen **Lara Croft** und verkörpert eine taffe Archäologin, die als eine Art weiblicher Indiana Jones agiert und auf der ganzen Welt gefährliche Abenteuer erlebt. Sie ist somit der erste weibliche Spielecharakter, den man aus der dritten Perspektive steuern kann und der eine eigene Persönlichkeit besitzt. Inzwischen umfasst die Spielserie neben ihren zahlreichen Hauptspielen auch einige erfolgreiche Spielverfilmungen (Koch, 2003, S. 19).



Abbildung 21 - Lara Croft
(Horton, 1996)

Weitere bedeutsame ikonische Charaktere aus der noch recht jungen Videospieldindustrie wären Figuren wie: **Donkey Kong** (1981), **Link** aus **The Legend of Zelda** (1986), **Ryu** aus **Street Fighter** (1987), **Kirby** (1992), der **VaultBoy** aus **Fallout** (1997), und **Master Chief** aus **Halo** (2001).

WERBEINDUSTRIE

Werbefiguren werden schon seit Beginn der freien Marktwirtschaft und Gründung der Werbeindustrie dazu verwendet, um Produkte oder Dienstleistungen zu personalisieren, sodass diese beim Konsumenten besser und vor allem positiver in Erinnerung bleiben. So zieren Figuren wie der **Marlboro Mann** oder **Ronald McDonald** seit vielen Jahrzehnten den Fernsehbildschirm oder die Plakatwand. Es hat aber nicht lange gedauert, bis auch Unternehmen fern der Film- oder Spielebranche den Reiz von künstlichen Figuren erkannt haben. Die Tatsache, dass künstliche Charaktere im Gegensatz zu realen Menschen kein Verfallsdatum besitzen und sich wesentlich einfacher (beispielsweise in Form von Merchandising, als Comic oder Spielfigur) vermarkten lassen, macht diese, Anfang des 20. Jahrhunderts zu einer wahren Goldgrube in der Industrie (Paul, 2006, S.1-2).

Eines der ersten künstlichen Werbefiguren ist der **Michelin Mann**, auch bekannt unter den Namen **Bibendum**, welcher 1898 für den französischen Reifenhersteller **Michelin** das erste Mal in Erscheinung trat. Der Plakatkünstler **Marius Rossillon** entwarf damals ein erstes Poster, welches den heute so populären Reifenmann zeigt, wie er eine mit Glassplittern und Nägeln gefüllte Schale in die Luft hebt. Darüber stand „*Nunc est bibendum! Das heißt: Auf Ihr Wohl! Der Michelin-Reifen schluckt das Hindernis!*“, was noch heute das Motto des erfolgreichen Unternehmens darstellt (Sinclair, 2014).



Abbildung 22 - Michelin Mann
(Rafferty, 2017)



Abbildung 23 - Santa Claus
(Sundblom, 1931)

Das Gerücht, dass die Figur des berühmten **Santa Claus** eine Erfindung von **Coca-Cola** sei, ist nur halb wahr. In Wahrheit stammt der Brauch des sogenannten **Sinterklaas** ursprünglich aus den Niederlanden. Einwanderer brachten die Figur im 17. Jahrhundert nach Amerika und inspirierten mit ihren Geschichten den Erfrischungsgetränkehersteller, um seine zentrale Werbefigur zu kreieren. Unser heutiges Bild vom korpulenten, weißbärtigen Weihnachtsmann wird vor allem durch die Zeichnungen des Grafikers **Haddon Sundblom** geprägt (Abbildung 23), der von 1931 bis 1964 zahlreiche Illustrationen entwarf (Coca Cola Journey, 2017).



Abbildung 24 - Lurchi
(Doblies, 2000)

Eines der bekanntesten Werbeikonen in Deutschland ist wohl das Maskottchen des Schuhherstellers **Salamander**. Früher verkaufte das Traditionsunternehmen ausschließlich Schuhe für Erwachsene und zur Beschäftigung der Kinder während des Einkaufs ihrer Eltern wurde 1937 die Figur **Lurchi** entwickelt. Seitdem erscheinen bis heute regelmäßig Comicgeschichten, in denen **Lurchi** zusammen mit seinen fünf tierischen Freunden Abenteuer erlebt. Dabei tragen stets seine überragenden **Salamander** Schuhe für den Erfolg dieser bei.

Früher noch nackt und mit grünem Hut ausgestattet, erhielt Lurchi ab 2000 von dem Grafiker **Dietwald Doblies**, welcher sich seit 1995 um die **Lurchi Comics** kümmert, ein Redesign, welches ihm Klamotten und ein moderneres Aussehen verlieh, was in Abbildung 24 zu begutachten ist (Doblies, 2000).

Mindestens genauso bekannt wie **Lurchi**, ist der Kakaopulver vermarktende **Nesquik Hase** aus dem Hause **Nestlé**. Früher noch unter dem Namen **Quicky** bekannt, zierte er seit 1973 Produktverpackungen und tritt in zahlreichen Werbespots auf, die diese Figur zu einem weltweiten Musterbeispiel für erfolgreiches Character Design in der Werbeindustrie machten. Zu Beginn der 20er Jahre erhielt der quirlige Hase ein komplettes Redesign in zahlreichen Werbespots, welche stets auf dem Stand der Zeit sind und versuchen, sowohl Kinder, als auch Erwachsene anzusprechen. Der Nesquik Hase übernimmt dabei stets die Rolle des aufgedrehten Jugendlichen, der dabei dennoch nicht vergisst die hochwertigen Vitamine seines Lieblingskakaos anzupreisen (Retro Planet, 2013).



Abbildung 25 - Nesquik Hase
(Casanyes, 2000)

Weitere bekannte künstliche Figuren aus der Werbeindustrie wären Charaktere wie: die **Milka Kuh** (1901), der **Bärenmarke Bär** (1951), **Kellogg's Tony der Tiger** (1952), das **HB-Männchen** (1957) oder **Audi's Wackel-Elvis** (2001).

2.3 DESIGN METHODEN

Wie im vorherigen Unterkapitel beleuchtet, werden jedes Jahr weltweit tausende neue Charaktere für die Industrie designed, mit deren Hilfe Unsummen erwirtschaftet werden. Während der Großteil der Arbeit dafür (wie beispielsweise das **Sculpting**, das **Modeling**, das Animieren und **Rendering**) inzwischen mit Hilfe der Rechenleistung von Computern erbracht wird, beruhen die Fertigkeiten eines konzeptionellen Character Designers immer noch stark auf dessen Zeichenfähigkeiten und jahrelangen Erfahrungsschatz (Islam, et al., 2010, S. 2).

Gutes Character Design sollte erinnerungswürdig, glaubwürdig und perfekt angepasst an die individuelle Hintergrundgeschichte der Figur sein und jeder erstellte Charakter sollte so einzigartig wie möglich gestaltet werden. Aufgrund dieser Tatsache gibt es keine allgemeingültige Formel, um die perfekte Figur zu designen. Nichtsdestotrotz existieren standardisierte Techniken und Herangehensweisen, welche das Erstellen gelungener Charaktere erleichtern können. Im Folgenden werden drei unterschiedliche Design-Methoden vorgestellt.

DIE +1 METHODE

Einen einzigartigen Charakter zu erstellen, der so nicht schon einmal in irgendeiner Art und Weise existiert, ist heutzutage extrem schwer geworden. Anstatt wirklich einmalig zu sein, enden neuentwickelte Charaktere meistens eher als Klischee-Charakter. Dieses Phänomen wird auch als **Clichéd Design** bezeichnet und mag zwar etwas langweilig wirken, hat dafür aber den Vorteil, dass das Design dieser Charaktere sich über die Jahre hinweg bereits als erfolgreich qualifiziert hat.

Die **+1 Methode** beruht auf jenen **Clichéd Designs**, mit dem Zusatz, diesen Figuren durch das Hinzufügen einer kreativen Kleinigkeit an Originalität zu verleihen. Designer fügen also lediglich einen gewissen Twist oder den sogenannten **+1 Faktor** zu einem bereits existenten, klischeehaften Charakter hinzu. (Yuen, et al., 2015, S. 356).

Ein exzellentes Beispiel dafür wäre der **Nesquik Hase** aus Abbildung 25, dessen Redesign ab 1990 stark auf bereits erfolgreiche Hasen Charaktere wie **Bugs Bunny**, 1938 oder **Roger Rabbits**, 1988 basiert. Durch seine individuelle Fellfarbe und seinen charakteristischen Haarwirbel auf der Stirn, ist die Figur dennoch einzigartig und originell.

DIE SCAMPER METHODE

Die sogenannte **SCAMPER Methode** ist eine von **Rob Eberle** 1997 entwickelte, checklistenartige Kreativtechnik, welche dazu dient durch verschiedene Ansätze komplett neue nie dagewesene Character Design Ideen zu generieren. Dabei befasst sie sich mit den folgenden Punkten:

- S Substitute** (=Austausch von Designkomponenten, Materialien)
- C Combine** (=Kombination mit Komponenten aus anderen Designs)
- A Adapt** (=Adaptieren von Funktionen anderer Designs)
- M Modify** (=Modifizieren vorhandener Attribute, wie Größe, Form, Farbe, Haptik, ...)
- P Put to other Uses** (=Finden weiterer Verwendungen/Anwendungsmöglichkeiten)
- E Eliminate** (=Entfernen/Vereinfachen von Elementen)
- R Rearrange/Revers** (=Umkehren von Attributen, Finden entgegengesetzter Nutzung)

Diese spezielle Art der Brainstorming Methode hilft einem dabei, seine natürliche Kreativität anzuregen, wobei jeder einzelne der genannten Punkte zu einem individuellen und hoffentlich neuen Ergebnis führen soll. Das Verwenden jedes Ansatzes hängt dabei immer von der jeweiligen Situation des zu erschaffenden Charakters ab.

Yuen beschreibt in seiner Untersuchung über die **SCAMPER Designmethode** einen Versuch, bei dem eine Gruppe von Studenten damit beauftragt wurde in 15 Minuten einen einzigartigen Zoo Charakter zu erschaffen, einmal bevor sie von der Methode erfahren haben und einmal danach. Bei den Character Designs im zweiten Durchlauf fiel vor allem die Vielfalt und Kreativität der Charaktere auf, wohingegen die Figuren aus dem ersten Versuch zum größten Teil lediglich auf Designs bereits existierender Charaktere beruhten (Yuen, et al., 2015, S.348-355).



Abbildung 26 - Augenhund und Tiefseehase (Adaptiert von Yuen, et al., 2015, S.354-355)

Ein Beispiel eines erfolgreichen Einsatzes der Methode, war die Figur eines Schülers, bei der mit Hilfe des **Eliminate** Ansatzes ein Hundecharakter kreierte wurde, der nur noch ein Auge anstatt wie für gewöhnlich zwei besitzt. Ein weiterer Schüler erschuf mit einer Kombination aus dem **Combine**- und dem **Modify** Ansatz einen Tiefsee-Hasen mit den Tentakeln eines Tintenfisches. Beide Kreaturen der Schüler lassen sich in Abbildung 26 begutachten.

DIE SIMPLICITY METHODE

Die **Simplicity Methode** beinhaltet das Verwenden von einfachen Grundformen, um den grundlegenden Umriss einer Figur zu gestalten. Wie in Kapitel 2.1 bereits nahegelegt, erhalten die gestalteten Charaktere bereits durch ihre bloße Silhouette einen Wiedererkennungswert, was mitunter das Ziel von gutem Character Design ist. Wichtig bei dieser Methode ist es vor allem, die Aufmerksamkeit von sämtlichen Details abzulenken und stattdessen den Fokus auf die wesentliche Form der Figur zu legen. Details kommen dann erst nach und nach hinzu. Dabei gilt: Die Gestalt definiert wer der Charakter ist und die Details ergänzen die Figur nur, ohne diese zu überlagern oder von dem Wesentlichen abzulenken (Walker, 2013, S.5-6).

Das perfekte Beispiel für diese Methode sind die Charaktere des **Pixar**-Filmes **Inside Out**. Wie in Abbildung 27 zu sehen ist, basieren die unterschiedlichen Figuren auf simplen geometrischen Formen, was unter anderem der Grund für ihr gelungenes einzigartiges Design ist.



Abbildung 27 - Charaktererstellung bei dem Film **Inside Out** (Adaptiert von Cohan, 2015, 01:53)

3

Kapitel 3

Anthropomorphe Tierfiguren

3.1 ANIMAL FARM, 1954

Ein perfektes Beispiel für die Untersuchung von anthropomorphen Tiercharakteren ist der Animationsfilm **Animal Farm** (dt. **Aufstand der Tiere**) aus dem Jahr 1954. Der Filmklassiker basiert auf der gleichnamigen Fabel von **George Orwell** und wurde von einem kleinen britischen Animationsstudio namens **Halas and Batchelor** produziert.

Die recht düstere Handlung des Filmes befasst sich mit einem Bauernhof voller Tiere, welche genug von der Unterdrückung ihres grausamen Bauern haben und diesen deshalb gemeinsam stürzen. Die Tiere übernehmen nach der erfolgreichen Revolution den Hof und gründen eine soziale Gesellschaft mit eigenen Regeln und Gesetzen: die sogenannte **Farm der Tiere**, bei der jedes Tier gleichbehandelt werden soll. Unter den Tieren werden vor allem die Schweine als klügste Spezies vorgestellt und sind bei allen Machenschaften die Drahtzieher. Während die restlichen Tiere sich auf dem Feld abrackern müssen, fangen die Schweine langsam an, sich durch ihre Intelligenz von den restlichen Tieren abzugrenzen. Im Laufe des Films ziehen sie als einzige Spezies in das



Abbildung 28 - Animal Farm (Halas & Batchelor, 1954)

alte Haus des Bauern ein, fangen an sich Wachhunde anzutrainieren und beanspruchen die produzierten Güter der restlichen Tiere mehr und mehr für sich selbst. Nach einem Aufstand der Hühner, als diese ihre Eier vor den Schweinen verteidigen wollten, werden diese kurzerhand umgebracht. Auch mit dem Erzfeind, dem Menschen, wird bald schon angefangen Handel zu betreiben, alles natürlich zum Wohle der Tiere. Das Ganze geht schließlich so weit, dass die Schweine irgendwann anfangen, sich Kleidung anzuziehen und wie die Menschen auf zwei Beinen zu gehen, sodass sich diese von ihrem ehemaligen Erzfeind kaum mehr unterscheiden, wie man in Abbildung 28 deutlich sehen kann (Halas & Batchelor, 1954).

In Bezug auf den Anthropomorphismus ist es besonders spannend, dass sich **George Orwell** bei den Hauptwidersachern seiner Fabel genau für Schweine entschieden hat. Schweine haben seit Jeher ein eher negativ konnotiertes Bild in unserer Gesellschaft und indem er dem Zuschauer genau diese Figuren als eigenes Spiegelbild vorsetzt, kann er wunderbar Kritik an der Gesellschaft und an der Niederträchtigkeit des Menschen ausüben. Der Hauptwidersacher der Geschichte, das Schwein **Napoleon**, könnte dabei leicht mit anderen Diktatoren aus der Geschichte, wie Hitler oder Stalin verglichen werden.

Der Vermenschlichungsgrad der restlichen Farmtiere wird im Gegensatz zu den Schweinen eher geringgehalten. Im Laufe des Filmes zeigen diese vor allem durch traurige Mimik und schrille tierische Laute Emotionen, was keine Abwertung sein soll. Vor allem das Schicksal des Zugpferdes **Boxer** geht einem beim Zuschauen sehr nahe. Der gutmütige Hengst wird von den Schweinen für den Bau einer Windmühle solange ausgenützt, bis dieser sich schließlich zu Tode arbeitet, woraufhin die Schweine auch noch einen Nutzen ziehen, indem sie seine Leiche an den Abdecker verkaufen. Dieses Beispiel zeigt, dass Tiercharaktere auch mit wenigen anthropomorphen Eigenschaften Emotionen beim Betrachter auslösen können.

3.2 MAUS, 1980

Ein weiteres herausragendes Beispiel im Hinblick auf anthropomorphe Tierfiguren ist die Grafiknovelle **Maus - Die Geschichte eines Überlebenden** von **Art Spiegelmann**, aus dem Jahr 1986. Die in zwei Bänden erschienene Fabel, spielt zur Zeit des Nationalsozialismus und erzählt die autobiografische Geschichte der Familie Spiegelmann, insbesondere des Ausschwitzüberlebenden **Wladek Spiegelmann** (1906–1982), den Vater des Autors (Schwender, et al., 2019, S. 386-387).

Das Besondere an **Maus** ist dabei neben seiner dramatischen, geschichtsträchtigen Handlung, vor allem die Darstellungsform der einzelnen Figuren als Tiere: Deutsche werden als Katzen, Polen als Schweine, Franzosen als Frösche, US-Amerikaner als Hunde, Briten als Fische, Schweden als Rentiere und Juden als Mäuse illustriert. Charaktere, welche vorgeben einer anderen Gruppe anzugehören, tragen in der Geschichte eine Tiermaske (Spiegelmann, 1986). Diese Form der Darstellung hat mehrere Gründe. Zum einen wird so, durch das Vermeiden von zu realistischen, menschenähnlichen Figuren, etwas Abstand zum thematisierten Grauen gewonnen. Zugleich nimmt der Comic durch die verwendete Tiermetapher aber auch Bezug auf die Propagandamaßnahmen des Nationalsozialismus, welche den Holocaust unter anderem dadurch beschönigten, indem sie ihn als notwendige Ungeziefervernichtung betitelten. Die Tatsache, dass die deutschen Nazis als Katzen und somit als Mäusefänger illustriert werden, ist dabei sicher kein Zufall.

Der Anthropomorphismus-Grad der Figuren ist, wie in Abbildung 29 zu sehen ist, im Gegensatz zum ersten Beispiel **Animal Farm** (-> Kapitel 3.1), genau gegenteilig gelöst worden. So sind die Tiercharaktere im Grunde annähernd richtige Menschen, welche auf 2 Beinen gehen und bis auf ihr Tiergesicht so gut wie keine tierischen Eigenschaften besitzen. Dadurch lassen sich die Emotionen der Figuren wesentlich besser einfangen und der Betrachter kann sich einfacher in diese hineinversetzen, was in Hinblick auf die emotionale Geschichte der Grafiknovelle auch Sinn macht.



Abbildung 29 - Maus: Die Geschichte eines Überlebenden (Spiegelmann, 1986)

3.3 KÖNIG DER LÖWEN, 1994 & 2019



Abbildung 30 - König der Löwen 1994 & 2019
(Adaptiert von Hahn, Allers & Minkoff, 1994 und Favreau, Gilchrist & Silver, 2019)

Als drittes Beispiel wird nun der **Disney** Animationsfilm **The Lion King** (dt. **Der König der Löwen**) aus dem Jahr 1994, zusammen mit seiner **CGI** Neuverfilmung aus dem Jahr 2019, genauer unter die Lupe genommen. Hierbei ist im Hinblick auf den Anthropomorphismus vor allem der Vergleich des Character Designs zwischen den unterschiedlichen Versionen spannend (siehe Abbildung 30).

Sowohl das Original, also auch das Remake von **Der König der Löwen** handelt von dem Löwenjungen **Simba**, dessen Bestimmung es ist, in die Fußstapfen seines Vaters **Mufasa** zu treten und eines Tages König der Savanne zu werden. Nachdem dieser aber bei einem tragischen Unfall, ausgeheckt von seinem eigenen Bruder **Scar**, stirbt, wird Simba aus dem Königreich vertrieben und wächst fern der Heimat bei dem Erdmännchen **Timon** und dem Warzenschwein **Pumbaa** auf. Nach einiger Zeit wird Simba aber wieder von seiner Vergangenheit in Form seiner Jugendfreundin **Nala** eingeholt und er kehrt als erwachsener Löwe in seine Heimat zurück, um seinen Onkel zu stürzen und das Land von seiner Tyrannei zu befreien (Hahn, Allers & Minkoff, 1994).

Handlungstechnisch macht es also durchaus Sinn, dass es sich bei den Figuren um anthropomorphe Tiere handelt, da diese größtenteils zwar menschliche Hoffnungen, Ziele und Wertvorstellungen besitzen, aber dennoch in einer ausschließlich aus Tieren bestehenden Welt leben. Die Tiere sind dabei in dem Originalfilm so gestaltet, dass sie körperlich zwar zu 100 Prozent tierisch sind, ihre Gesichter dagegen wirken (zumindest bei den wichtigen Hauptfiguren) durch die großen Augen und dem klassischen Disney-Look nahezu menschlich, was im Remake komplett verloren geht. Wie eine Illustration der Künstlerin **Astkhik Rakimova** zeigt (siehe Abbildung 31), könnte der Film mit Menschen anstatt Tieren und einer etwas abgewandelten Handlung vielleicht ebenso gut funktionieren, würde dabei aber wahrscheinlich etwas von seiner Einzigartigkeit verlieren.

In der Presse sorgt das Remake für einige kontroverse Meinungen und viele Fans des Franchises sehen in dem Film eher einen einfachen Weg der Geldmacherei als einen wirklich sinnvollen geistigen Nachfolger. Animationskünstler des Originalfilmes fühlen sich vom **Disney Konzern** teilweise sogar betrogen. **David Stephan**, welcher an dem Design der Hyänen im Originalfilm arbeitete, spricht in einem Interview mit der **Huffington Post** davon, dass ihn vor allem das Character Design der Figuren gestört hat und der Film ihn deswegen nicht fesseln konnte. Seiner Meinung nach, fehlen den Charakteren in der fotorealistischen Fassung die menschlichen Emotionen und können die Momente nicht einmal ansatzweise so gut übertragen, wie es der Originalfilm konnte (Jacobs, 2019).



Abbildung 31 - Simba und Nala als Menschen (Rakimova, 2017)

44

Kapitel 4

Anthropomorphisierung beim Character Design

4.1 ANTHROPOMORPHE SCHWEINE CHARAKTERE

Im Laufe der Geschichte wurde so gut wie jedes Tier bereits in irgendeiner Form als Charakter umgesetzt und wie im Zuge dieser Arbeit umfassend dargelegt, spielt der Vermenschlichungsgrad der Figur dabei eine wesentliche Rolle. In diesem Kapitel wird nun der Entstehungsprozess von drei Schweinecharakteren untersucht (wobei eines der Schweine auch in 3D umgesetzt wurde), um schließlich alle drei Exemplare anhand einer qualitativen Meinungsumfrage bezüglich deren anthropomorphen Wirkung genauer zu analysieren.

Zu diesem Zweck wurden nach ausführlicher Analyse sämtlicher bereits existierender Schweinefiguren, folgende drei Kategorien herausgearbeitet, nach deren Vorgaben die drei Schweine **Timwell**, **Maxwell** und **Samwell** gestaltet sind:

- Tierähnlicher Charakter mit nur wenigen anthropomorphen Eigenschaften (**Timwell**)
- Menschenähnlicher Charakter mit nur wenigen tierischen Eigenschaften (**Maxwell**)
- Charakter mit ungefähr ähnlich großem Anteil menschlicher, sowie tierischer Eigenschaften (**Samwell**)

TIMWELL

Das angriffslustige stolze Hausschwein Timwell wurde designtechnisch vor allem durch die Charaktere des Animationsfilms **Animal Farm**, 1954 (-> Kapitel 3.1), sowie **Ein Schweinchen namens Babe**, 1995 inspiriert. Folgender Beschreibungstext wurde über den jungen Eber herausgearbeitet:

Timwell ist ein Trüffelschwein und liebt es, sich im Schlamm zu suhlen. Wenn es einmal einen besonders großen Trüffelklumpen findet, ist es so stolz auf ihn, dass es diesen mit allen Mitteln vor möglichen Trüffeldieben verteidigt. Im Laufe der Zeit hat sich Timwell einen Namen auf seinem Bauernhof gemacht und man könnte ihn als Oberhaupt seines Schweinestalles ansehen.

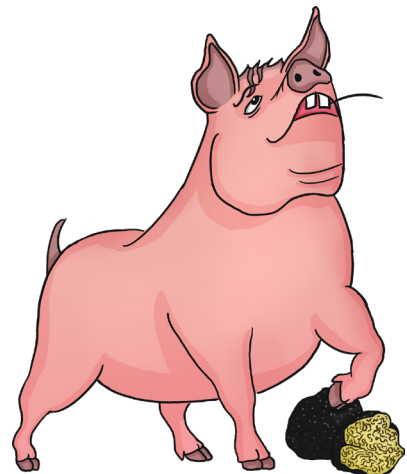


Abbildung 32 - Timwell

MAXWELL

Das Design des von sich selbst sehr überzeugten 15-jährigen **Maxwell** basiert vor allem auf **Ringel** von der Kinderanimationsserie **Au Schwarte!**, 2003, sowie einem Artwork des Künstlers **Vipin Jacob** auf Artstation (Jacob, 2017). Folgender Beschreibungstext wurde über den frechen Schweineknaben herausgearbeitet:

Maxwell gehört in seiner Schulklasse zu den coolen Kids, die sich in den Pausen heimlich vom Schulgelände schleichen, nur um erste Erfahrungen mit Zigaretten und Alkohol zu machen. Durch seine angeberische Art denkt er, er wäre der König des Schulhofes und er könne bei sämtlichen Mädchen in seiner Klasse landen. Die meisten von ihnen halten aber nichts von ihm und durschauen seine Macho-Tour, weshalb er oft nur Körbe kassiert, von denen er sich aber natürlich niemals beeindrucken lässt. Maxwell ist außerdem sehr stolz auf seine Skating Künste und er liebt es, seine beeindruckenden Stunts auf Youtube hochzuladen und damit anzugeben.



Abbildung 33 - Maxwell

SAMWELL

Der dickliche etwas in die Jahre gekommene **Samwell** wurde designtechnisch vor allem durch Charaktere wie **Professor Chops** aus der **Donkey Kong** Spieleserie, sowie der **Disney** Interpretation der **Drei kleinen Schweinchen** inspiriert. Folgender Beschreibungstext wurde über den gut gebauten Eber herausgearbeitet:

Samwell ist ein eher faules Hausschwein mittleren Alters, der sein geruhames Leben schätzt und viel Wert auf seine alltäglichen fünf Malzeiten, sowie sein morgendliches Schlammbad legt. Der gewitzte, von sich selbst überzeugte Widerling, liebt es fremden Leuten auf der Straße seine Meinung aufzuschwätzen und sich über sie lustig zu machen. Als erfolgreicher Kneipenbesitzer lässt er gerne sein Personal für sich arbeiten und als Veranstalter allwöchentlicher Pokerrunden in seiner Bar, lässt er es sich nicht lumpen ordentlich mitzumischen und seine Gäste abzuziehen.

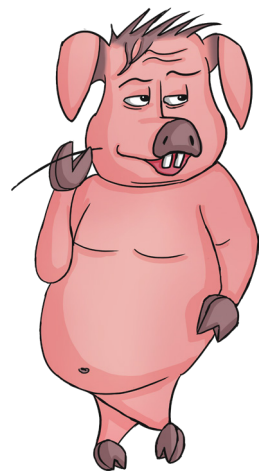


Abbildung 34 - Samwell

UMSETZUNG IN 3D

Das Ziel bei der 3D-Umsetzung von **Samwell** war das Erstellen einer **Turntable-Animation**, bei der die Figur passend zu ihrem Charakter in Pose gesetzt wird und von allen Seiten betrachtet werden kann.

Die praktische, dreidimensionale Umsetzung von Charakteren in Videospielen oder Animationsfilmen erfolgt in der Regel immer anhand folgender Schritte:

- 1 Konzeptionsphase
- 2 Sculpting- / Modelingphase
- 3 Shading- / Texturingphase
- 4 Riggingphase
- 5 Animationsphase
- 6 **A** Rendering- / Compositingphase (bei Animationsfilmen)
B Implementierungsphase (bei Videospielen)

Die Konzeptionsphase ist dabei gleich zu Beginn der wichtigste Schritt. Da es für die späteren Schritte sehr hilfreich ist, den Charakter vorher gründlich konzeptionell auszuarbeiten und sich genau zu überlegen wie die Figur von allen Seiten aussehen soll. Bei **Samwell** wurde dafür ein sogenanntes **Character Sheet** erstellt, welches unter anderem Illustrationen der Figur in seiner Front, Seiten- und Hinteransicht beinhaltet. In Abbildung 35 kann man die Konzeptzeichnungen von Samwell sehen, welche ihn mit ausgestreckten Armen in der sogenannten **T-Pose** zeigen.

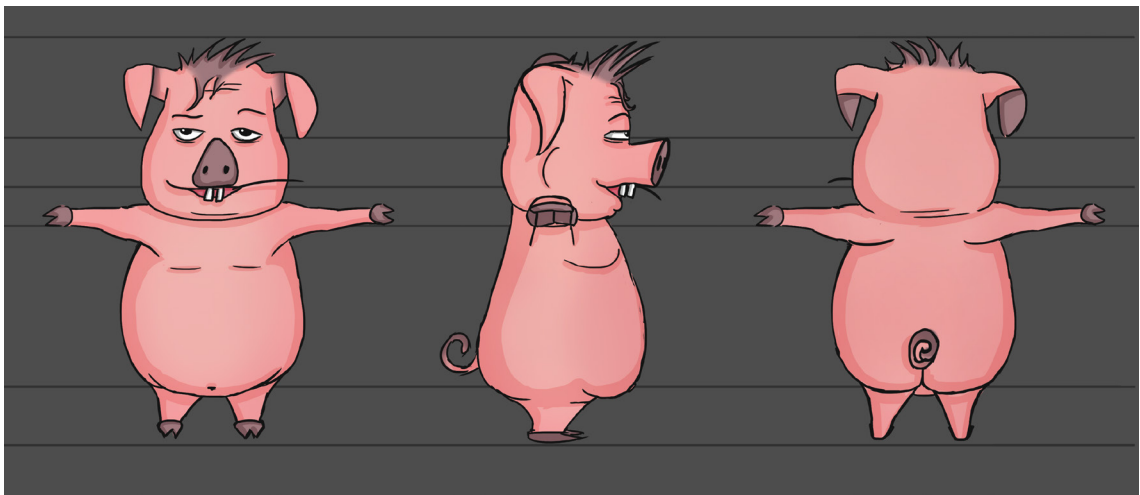


Abbildung 35 - Samwell T-Pose

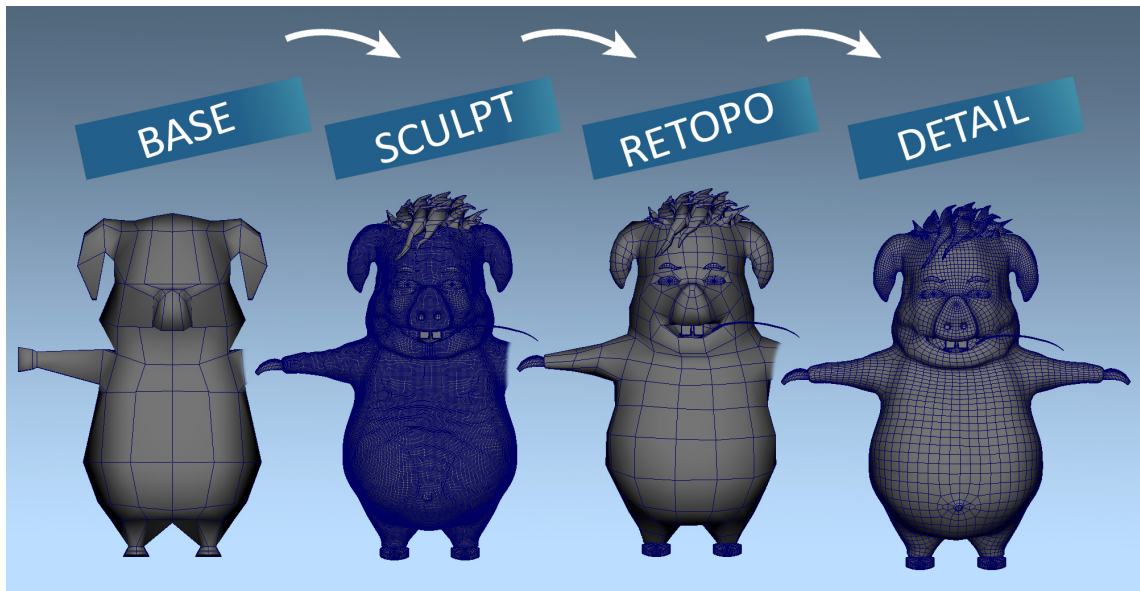


Abbildung 36 - Samwell Modeling Prozess

Die Sculpting-, bzw. Modeling-Phase wurde, wie Abbildung 36 zeigt, in Samwells Fall in vier Teilschritte aufgeteilt:

- 1 Zunächst galt es ausgehend von den Konzeptzeichnungen ein simples **Base Model** zu erstellen, bei dem Körperteile wie Arme, Beine, Nase und Ohren bereits grob in ihren richtigen Proportionen vorhanden sind.
- 2 Ausgehend davon konnte nun der **Sculpting-Prozess** des Körpers beginnen. Hierfür wurde das Programm **Zbrush** verwendet und sämtliche Details nach und nach durch Verformen der Netzstruktur des **Base Models** hinzugefügt. Restliche Körperteile wie Hände, Füße, Zähne, Zunge, Augen und Augenbrauen, sowie der Grashalm wurden separat in der Software **Maya** modelliert, da diese im Gegensatz zum Körper keine aufwendigeren Detailmerkmale besitzen.
- 3 Da der gesculptete Körper der Figur nach diesem Schritt viel zu viele Polygone aufweist, welche vor allem das spätere Rigggen der Figur unmöglich macht, galt es diese nun mittels **Retopology** zu verringern. Hierbei wurden ganz nach Vorlage des **Sculpt Models** neue **Polygon**-Strukturen erstellt.
- 4 Diese wurden schließlich immer wieder soweit detailliert, bis das Gittermodell der fertig modellierten Figur schließlich einen soliden Mix aus Detailgrad und geringer Polygonanzahl aufweist und man mit der nächsten Phase beginnen konnte.

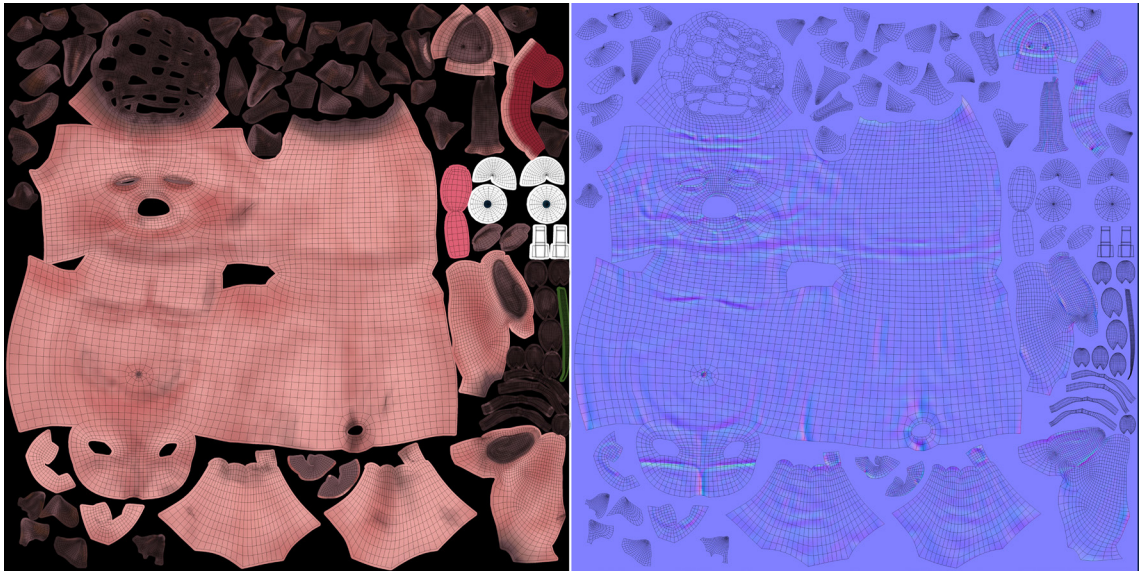


Abbildung 37 - Samwell Diffuse und Normal Map

Um der fertig modellierten Figur nun auch eine Textur zu geben, benötigen wir nun in der Shading-, bzw. Texturingphase eine sogenannte **UV-Map** des 3D Modells. Der Prozess des **UV-Mappings** umfasst das Aufschneiden und Auseinanderklappen der Figur an seinen Polygonkanten, sodass diese nur noch auf einer zweidimensionalen Ebene vorliegen. Anstatt X-, Y-, und Z-Achse befindet sich die Figur nun nur noch auf den U- und V-Achsen, daher der Name dieses Prozederes.

Wie in Abbildung 37 zu sehen ist, wurde das Modell von Samwell dafür in viele einzelne Stücke, sogenannte **UV-Shells** unterteilt. Hierbei ist es besonders wichtig darauf zu achten, wo man auf der Figur überall Schnitkanten setzt, da man diese später, sobald die erstellten Texturen auf das Modell projiziert werden, möglicherweise sehen kann, was es zu vermeiden gilt. Aus diesem Grund ist die größte zusammenhängende **UV Shell** Samwells Gesicht und Oberkörper.

Abbildung 37 zeigt neben der **UV-Map** außerdem die bereits angesprochene fertige Textur von Samwell, welche in diesem Fall aus einer **Diffuse-Map** (links), sowie einer **Normal-Map** (rechts) besteht. Die **Diffuse Textur**, welche der Figur ihre Farbe verleiht, wurde dabei in dem 3D Shading-Programm **Substance Painter** erstellt, wobei die **Normal Textur** durch **Baking** des High-Poly Sculpting Modells auf das Low-Poly 3D Modell von Samwell entstanden ist. Eine **Normal Textur** ist dafür zuständig, einem 3D Modell einen deutlich höheren Detailgrad zu geben, in dem es der **Render-Engine** die

Information zukommen lässt, an welchen Stellen des 3D Modells Licht in welchem Winkel abprallen soll. So war es möglich, Samwell Details, wie zum Beispiel Stirnfalten oder Augenringe zu geben, ohne dessen Polygonanzahl dabei drastisch erhöhen zu müssen, was wie bereits erwähnt besonders wichtig für den nächsten Schritt, dem **Rigging** ist.

Um die fertig texturierte Figur nun bewegen zu können und sie in eine gewünschte Position zu bringen, sowie deren Gesichtsausdruck verändern zu können, benötigt die Figur ein eigenes Knochensystem. Dieser anspruchsvolle Vorgang wird **Rigging** genannt und beinhaltet sowohl das Erstellen eines **Körper-**, als auch eines **Gesichts-Rigs**. Das genaue Beschreiben dieses Schrittes würde aber den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Nachdem Samwell schließlich in seine finale Pose gebracht wurde und auf einem simplen animierten **Turntable** platziert wurde, bestand der letzte Schritt darin, den fertigen Charakter herauszurendern. In diesem Beispiel wurden für eine komplette 360 Grad Drehung exakt 144 Bilder in drei unterschiedlichen **Render Pathes** generiert. Darunter befand sich ein **Beauty-Path**, ein **Ambient-Occlusion Path**, sowie ein **Wireframe-Path**, welcher dafür zuständig ist, die Netzstruktur des fertigen Charakters zu zeigen. Das fertig gerenderte 3D Modell von **Samwell** lässt sich in Abbildung 38 begutachten.



Abbildung 38 - Samwell Turntable

4.2 ÄSTHETISCHE ANALYSE

Die ästhetische Wirkung der drei eben genauer vorgestellten anthropomorphen Schweinefiguren **Timwell**, **Maxwell** und **Samwell** wird mit Hilfe dieser qualitativen Umfrage genauer erläutert. Außerdem wird mitunter versucht, die beiden aufgestellten Hypothesen bezüglich der positiven Auswirkung von anthropomorphen Eigenschaften auf das Character Design, sowie die Bedeutsamkeit der Figurenanimation, zu belegen (-> siehe Einleitung).

Unter den insgesamt 122 Teilnehmern der Umfrage, welche mit Hilfe von **Google Docs** im Januar 2020 durchgeführt wurde, haben sich 48 männliche, 71 weibliche, sowie 3 diverse Probanden befunden. Bei diesen handelte es sich vor allem um junge deutsche Studentinnen und Studenten, sowie vorwiegend um Tierfreunde und Animationsbegeisterte, was gut anhand Abbildung 39 zu erkennen ist. Als Animationsfan und Tierfreund wurden jene Personen deklariert, welche sich bei einer Skala von 1 bis 5 für den Wert 4 oder 5 entschieden haben.

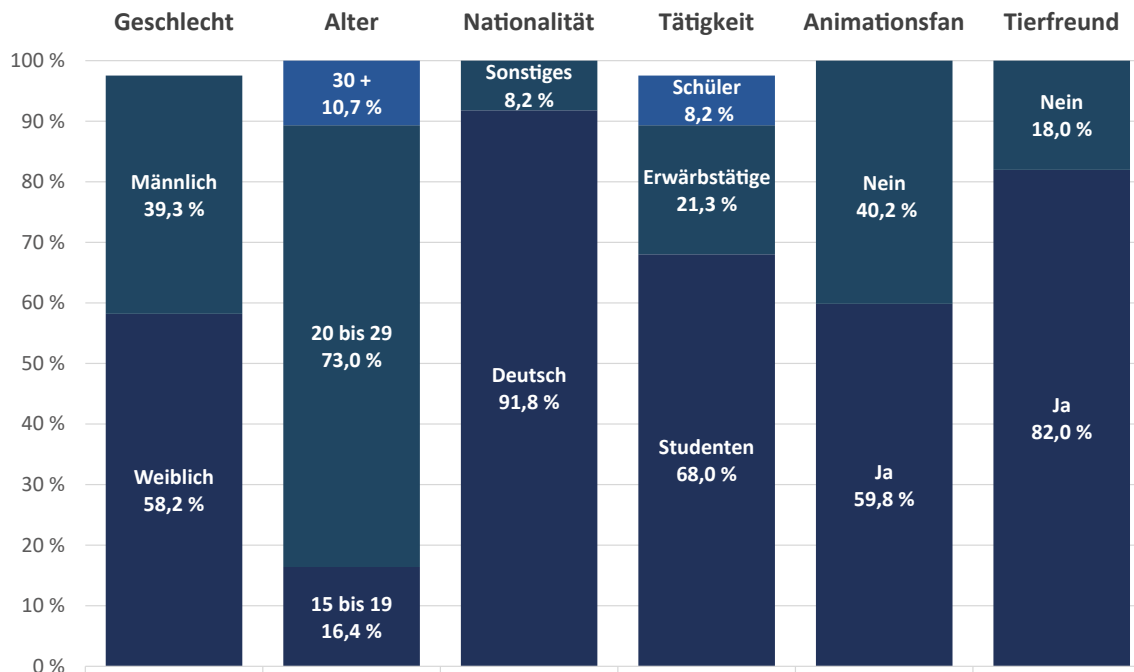


Abbildung 39 - Umfrageteilnehmer (122 Personen)

UMFRAGEERGEBNISSE

Wie Abbildung 40 deutlich zeigt, haben sich die meisten Umfrageteilnehmer bei der Frage, welchen der drei Schweinefiguren sie sich am Ehesten als Haupt- oder Nebencharakter in einem Animationsfilm vorstellen können, bevorzugt für **Maxwell** entschieden. Ein Trend zu Gunsten der anthropomorphen Charaktere ist demnach klar zu erkennen.

Schaut man sich die Gründe für die Entscheidung der Befragten an, fällt auf, dass vor allem die Sympathie des einzelnen Charakters ausschlaggebend dafür war. Spannend wird es aber vor allem, wenn man sich die Gründe für die Entscheidung separat anschaut. So fällt auf, dass vor allem Timwell-Liebhaber Grund A gewählt haben (70,8%), Maxwell-Liebhaber hingegen nur 55%. Diese sahen als zweitwichtigsten Grund an, Maxwell habe vor allem das größte Potenzial Teil einer interessanten Handlung zu sein (31,7%). Ein Proband schrieb außerdem: „Aufgrund der Kleidung erhält die Figur ein schöneres Aussehen, was ihr das Potenzial verleiht, sich mit ihr besser in Verbindung setzen zu können und sie aus diesem Grund auch sozialer zu finden.“

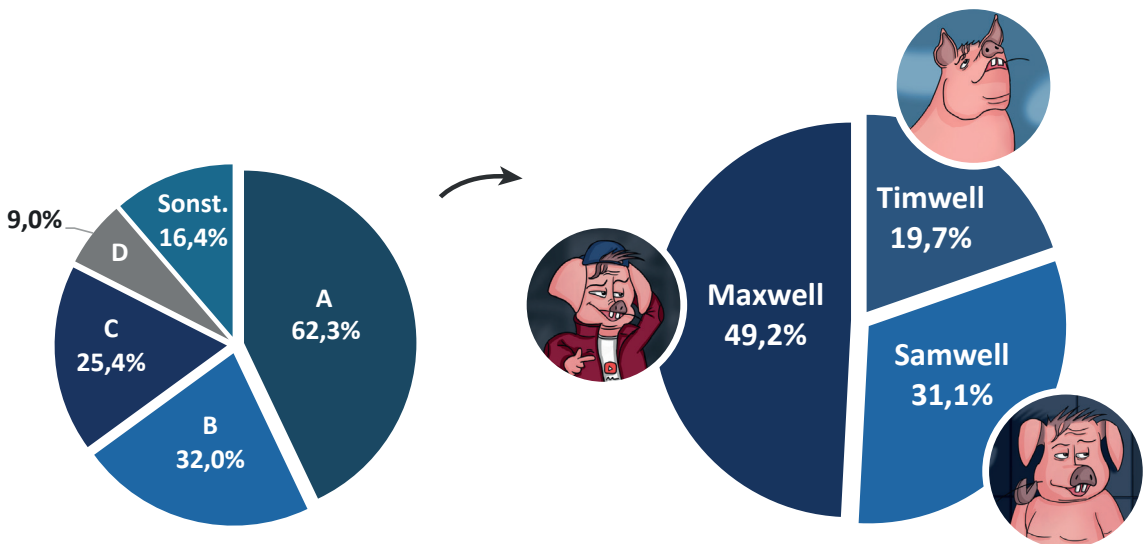


Abbildung 40 - Lieblingsschwein I mit angegebenen Gründen

- Grund A:** Die Figur erscheint mir am Sympathischsten/Witzigsten/Interessantesten.
- Grund B:** Die Figur hat das größte Potential Teil einer interessanten Handlung zu sein.
- Grund C:** Die Figur hat das größte Potential eine spannende Hintergrundgeschichte zu besitzen.
- Grund D:** In diese Figur kann ich mich am Ehesten hineinversetzen.

Die erlangten Daten unterstreichen auf jeden Fall die Hypothese, dass anthropomorphe Tiercharaktere im Durchschnitt eher beim Betrachter ankommen, da man sich in diese durch deren menschliche Ähnlichkeit besser in sie hineinversetzen kann.

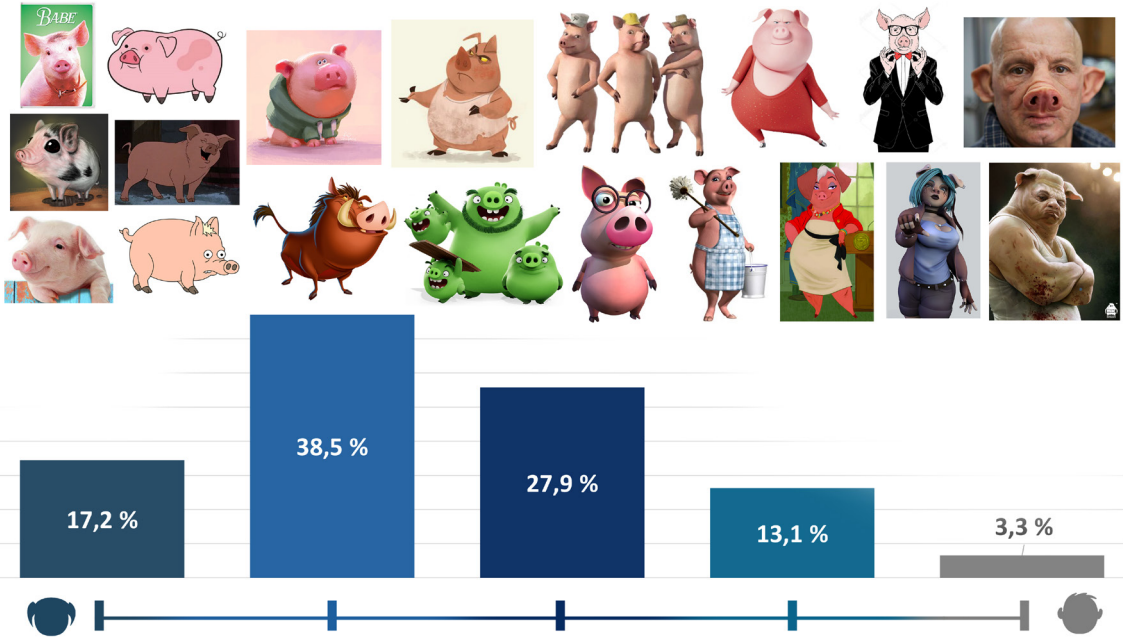


Abbildung 41 - Vermenschlichungs-Skala von Schweinefiguren

Bei den Ergebnissen der zweiten Frage, welchen Tiercharakter die Teilnehmer aufgrund der in Abbildung 41 illustrierten Vermenschlichungsskala am Ansprechendsten finden, konnten die menschlichen Figuren im Vergleich zur ersten Frage eher nicht so gut abschneiden. Hier liegen die halbmenschlichen, halbtierischen Figuren klar vorne, was unter anderem daran liegen könnte, dass in der Grafik mit Figuren wie **Pumbaa** aus **König der Löwen** oder den Schweinen aus **Angry Birds** hier die wohl weitaus bekanntesten Schweinecharaktere platziert waren und nostalgische ,emotionale Gründe eine Rolle bei der Entscheidung gespielt haben könnten. Was sich auf jeden Fall sagen lässt, ist das Charaktere, welche zu sehr vermenschlicht werden, fast überhaupt keinen Anklang finden und nur 3,3 % der Stimmen erhalten haben. Außerdem haben sich Tierfreunde auch eher für die tierischen Charaktere entschieden, wohingegen es zwischen Animationsfans und Nicht-Animationsfans keine nennenswerten Unterschiede gibt.

Auch bei der dritten Frage (siehe Abbildung 42) haben sich mit über 36% die meisten Teilnehmer für den Zwischenkandidaten **Ornie the Pig** entschieden. Spannend dabei ist, dass dieser Charakter, im Gegensatz zu dem **Angry Birds** Schwein oder dem **Spider Schwein** von den **Simpsons**, deutlich unbekannter ist, was diesem Ergebnis noch einmal mehr Wert verleiht.

Schaut man sich die Ergebnisse der unterschiedlichen Altersgruppen einzeln an, fällt außerdem auf, dass ältere Befragte neben **Ornie** vor allem zu dem Schwein aus **Animal Farm** tendiert haben, wohingegen die junge Generation vermehrt Anklänge an **The Simpsons**, **Angry Birds** oder **Chicken Little** fand und die Entscheidung eher breitgefächerter ausfiel. Da bei der Frage darauf hingewiesen wurde, die Animation der Figuren bei der Entscheidung zu berücksichtigen, könnte man daraus schließen, dass junge Leute eher Gefallen an modernen 3D Animationen finden als ältere Generationen.

Des Weiteren sollte gesagt sein, dass **Ornie the Pig** wohl gerade durch seine drollige Animation seinen gewissen Charme erhält und er womöglich gerade aus diesem Grund bei der Umfrage so gut abschneiden konnte.

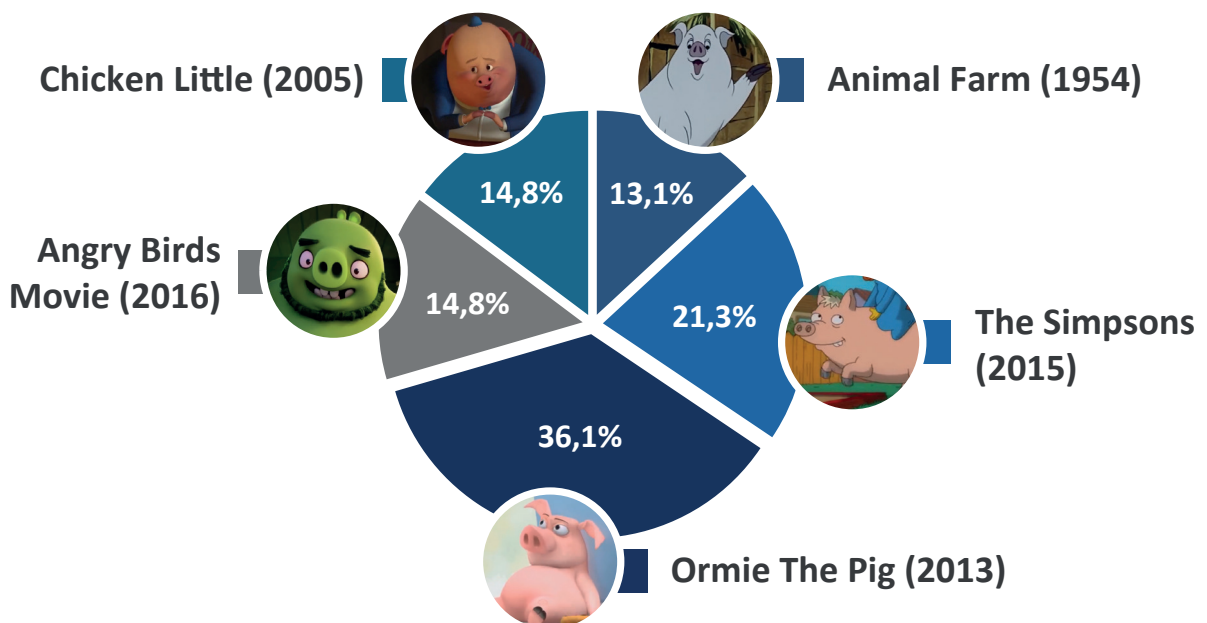


Abbildung 42 - Lieblingsschwein II

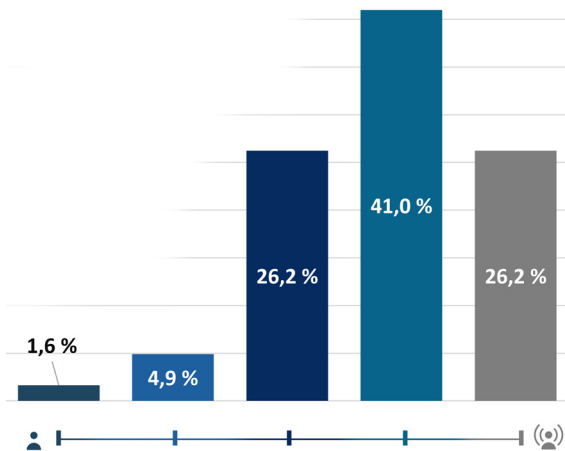


Abbildung 43 - Einfluss der Animation (links kein Einfluss, rechts enormer Einfluss)

Auf die Frage hin, ob die Animation im Hinblick auf die Vermenschlichung einer Figur eine Rolle spielt, haben sich, wie Abbildung 43 deutlich zeigt, die meisten Umfrageteilnehmer vor allem eher für den enormen Einfluss dieser entschieden. Nur 6,5 % der Stimmen sind der Meinung, dass Animationen eher keinen Einfluss darauf haben, wohingegen 67,2 % gegenteiliger Meinung sind.

Daraus lässt sich schließen, dass sich die zweite definierte Hypothese ebenfalls als prinzipiell richtig erweist.

FAZIT

Unter Berücksichtigung sämtlicher erfasster Statistiken und Daten, lässt sich nun abschließend folgendes Fazit formulieren:

Das komplexe Feld des Character Designs erweist sich auch bei Tierfiguren alles andere als einfach und zentrale Beispiele der Geschichte, wie der Animationsfilm **Animal Farm**, die Grafiknovelle **Maus** oder **Der König der Löwen** zeigen, dass der Anthropomorphismus bei dem Erstellungsprozess eines Charakters für eine Geschichte in der Tat eine sehr wichtige Rolle spielt. Die gezeigten Beispiele zeigen aber auch, dass man sowohl mit tierähnlichen als auch mit menschenähnlichen Tierfiguren eine interessante Handlung erzählen kann, die auf emotionaler Ebene begeistern kann.

Trotzdem ist der Mensch nun einmal ein menschliches Wesen und wird sich immer eher mit Figuren identifizieren können, die auch menschliche Eigenschaften und Emotionen besitzen. Diesen Trend belegen zumindest auch die in dieser Umfrage durchgeführten Ergebnisse.

Tiercharaktere, welche dagegen aber zu menschlich sind und gleichzeitig vom Betrachter als keine richtigen Menschen identifiziert werden können, stoßen eher auf Abneigung.

Im Grunde kann sich ein Character Artist also vor allem darauf verlassen, dass menschliche Eigenschaften und Attribute bei Tierfiguren enorm wichtig sind. Diese sollten beim Erschaffungsprozess aber stets wohlüberlegt und vor allem immer passend zur jeweiligen Situation der Figur eingesetzt werden. Dies gilt genauso für die Animation des Charakters, welche jene menschlichen Eigenschaften auf natürliche Art und Weise transportieren soll.

Schließlich geht es beim Character Design vor allem darum, einzigartige Figuren zu erschaffen, welche emotionale Geschichten erzählen können und dafür ist der Vermenschlichungsgrad der Figur essenziell, besonders bei anthropomorphen Tierfiguren.

LITERATURVERZEICHNIS

A

Abel, J., & Klein, C. (2016)

Comics und Graphic Novels: Eine Einführung. Stuttgart, Deutschland: J.B. Metzler

Ach, J. S., & Stephany, M. (2009)

Die Frage nach dem Tier: Interdisziplinäre Perspektiven auf das Mensch-Tier-Verhältnis. Münster: LIT

Adolphson, S. (1991)

Oscar Comforts „Creature“ Creator / Three Nominees in Animation Festival“. The San Francisco Chronicle, 33

B

Balve, J. (1990)

Ästhetik und Anthropologie bei Alfred Döblin: Vom musik-philosophischen Gespräch zur Romanpoetik. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Becker, R. (2007)

Anthropomorphismus. Archiv für Begriffsgeschichte, 49, 69–98. Abgerufen von <https://www.jstor.org/stable/24360854?seq=1>

Busch, W. (1865)

Max und Moritz **[Illustration]**. Abgerufen 13. Januar 2020, von <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/b0/MaxMoritz.jpg>

C

Casanyes R. (2000)

Nesquik Hase **[Illustration]**. Abgerufen 18. Januar 2020, von <http://www.casanyes.com/eng/img/quicky-illustrations-1.jpg>

Coca Cola Journey. (2017)

Die Wahrheit über den Weihnachtsmann. Abgerufen 20. Januar 2020, von <https://www.coca-cola-deutschland.de/wer-ist-dieser-mann-die-wahrheit-ueber-santa-claus>

Cohan, D. S. (2015)

‘Inside Out’: Designing Characters for Pixar- Variety Artisans **[Youtube]**. Abgerufen 11. Januar 2020, von https://www.youtube.com/watch?time_continue=283&v=AITeA78XUBk&feature=emb_logo

Copeland, R. (Producer), Park, N. (Director). (1989)

Wallace & Gromit – Alles Käse **[Film]**. Vereinigtes Königreich: Aardman Animations. Abgerufen 17. Januar 2020, von https://www.youtube.com/watch?v=T0qagA4_eVQ

D

Decker, D. (1978)

These Frenchmen are Crazy! The Comics Journal, 38, 22. Abgerufen von <http://www.tcj.com/the-comics-journal-no-38-feb-1977/>

Decker, M. (2010)

Ein Abbild des Menschen: Humanoide Roboter. Ethics of Science and Technology Assessment, 37, 41–62. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04742-8_3

Disney, W. (Producer) & Iwerks, U. (Director). (1928)

Steamboat Willie **[Film]**. USA: The Walt Disney Company. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://www.youtube.com/watch?v=BBgghnQF6E4>

Disney, W. (Producer) & Jackson, W. (Director). (1934)

Die kluge kleine Henne **[Film]**. USA: The Walt Disney Company. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://www.youtube.com/watch?v=-dUpm4YuK00>

Doblies D. (2000)

Lurchi, ein Klassiker. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://www.dietwald-doblies.de/salamander-lurchi-ein-klassiker/>

E

Erlhoff, M., Marshall, T., Board of International Research in Design, Bruce, L., & Lindberg, S. (2007)

Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology. Basel, Schweiz: Birkhäuser

F

Favreau, J. (Producer & Director), Gilchrist, K. (Director) & Silver, J. (Director). (2019)

Der König der Löwen **[Film]**. USA: The Walt Disney Company

Fleming, R., Mohler, B. J., Romero, J., Black, M. J., & Breidt, M. (2017)

Appealing Avatars from 3D Body Scans: Perceptual Effects of Stylization. Communications in Computer and Information Science, 175–196. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64870-5_9

G

Grimm, J., & Grimm, W. (o. J.)

Der Froschkönig oder der eiserne Heinrich. Abgerufen 10. Januar 2020, von https://www.grimmstories.com/de/grimm_maerchen/der_froschkonig_oder_der_eiserne_heinrich

Guggenheim, R. (Producer), Arnold, B. (Producer), Lasseter, J. (Director). (1985)

Toy Story **[Film]**. USA: Pixar Animation Studios. Abgerufen 17. Januar 2020, von https://www.youtube.com/watch?v=wA_DGWIZh6U

H

Hahn, D. (Producer), Allers, R. (Director) & Minkoff, R. (Director). (1994)

Der König der Löwen **[Film]**. USA: The Walt Disney Company

Halas, J. (Producer & Director), Batchelor, J. (Producer & Director). (1954)

Animal Farm **[Film]**. United Kingdom: Halas and Batchelor. Abgerufen 18. Januar 2020, von <https://www.youtube.com/watch?v=vbOONH1r1Y>

Hediger, H. (1940)

Über die Angleichungstendenz bei Tier und Mensch. Die Naturwissenschaften, 28(20), 313–315. <https://doi.org/10.1007/BF01734559>

Henson, J. (1969)

Ernie & Bert **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://caching-production.jetzt.de/attachments/cjm7rt-k8f029m0k515s93jzrx-e97243b1-4fc2-4bd1-8613-8e90dee37777.311.0.2288.1856.full.jpg>

Horton, T. (Producer). (1996)

Tomb Raider **[Computer Software]**. Vereinigtes Königreich: Square Enix Limited. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://www.spielbar.de/cache/images/5/149465-st-galerie.jpg?1D-CC2>

I

Islam, Md. T., Nahiduzzaman, K. Md., Why, Y. P., & Ashraf, G. (2010)

Learning Character Design from Experts and Laymen. 2010 International Conference on Cyberworlds. <https://doi.org/10.1109/CW.2010.66>

J

Jacob, V. (2017)

The Pig Family. Abgerufen 20. Januar 2020, von <https://www.artstation.com/artwork/ZbzQx>

Jacobs, M. (2019)

What Do The Original 'Lion King' Animators Think Of The Remake? Abgerufen 21. Januar 2020, von https://www.huffpost.com/entry/the-lion-king-remake-animators_n_5d4080f1e4b01d8c9782714a

K

Kennedy, S. (2004)

The Essential 50: Sonic the Hedgehog. Abgerufen 18. Januar 2020, von <https://web.archive.org/web/20040822083659/http://www.1up.com/do/feature?clid=3134008>

Koch, V. (2003)

Character Design- Methoden und Prinzipien **[Diplomarbeit]**. Abgerufen von https://www.valentinkoch.de/img/Referenzen/Dokumente/character_design.pdf

L

Linken, A. (2014)

Pokémon- Pikachu ist offizielles Maskottchen von Japans WM-Team. Abgerufen 18. Januar 2020, von <https://www.gamepro.de/artikel/pokemon-pikachu-ist-offizielles-maskottchen-von-japans-wm-team,3033742.html>

Lüthi, M. (2016)

Märchen (8. Aufl.). Stuttgart: J.B. Metzler

M

McCay, W. (1914)

Gertie the Dinosaur **[Kurzfilm]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://www.youtube.com/watch?v=TGXC8gXOPoU>

Miyamoto, S. (Producer), Koizumi, Y. (Director) & Tezuka, T. (Director). (1996)

Super Mario 64 **[Computer Software]**. Japan: Nintendo Co., Ltd. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://images.derstandard.at/img/2017/05/08/mario64.jpg?w=1600&s=b14b2169>

Moritz, N. H. (Producer), Ascher, T. (Producer), Nakahara, T. (Producer), Ito, T. (Producer) & Fowler, J. (Director). (2020)

Sonic the Hedgehog **[Filmtrailer]**. USA: Sony Pictures Entertainment Inc. Abgerufen 18. Januar 2020, von <https://www.youtube.com/watch?v=SXDa8i75PpM> und <https://www.youtube.com/watch?v=T65gsFwDCeU>

N

Nishiyama, A. (Producer), & Hashimoto, Y. (Director). (2008)

Sonic Unleashed **[Computer Software]**. Japan: Sega Games Co., Ltd. Abgerufen 17. Januar 2020, von <http://s01.riotpixels.net/data/d1/cb/d1cb58dd-6afa-443c-b7d9-8a7ccce73c6d.jpg.1080p.jpg/artwork.sonic-unleashed.1920x1080.2008-08-18.36.jpg>

O

Oesterdiekhoff, G. W. (2012)

Die Entwicklung der Menschheit von der Kindheitsphase zur Erwachsenenreife. Wiesbaden, Deutschland: VS Verlag für Sozialwissenschaften

P

Pfeffer, M. (2012)

Anthropomorphisierung im Animationsfilm. München: Herbert Utz Verlag

Paul, M. (2006)

Marken mit Charakter. Abgerufen 12. Januar 2020, von <https://www.manager-magazin.de/digitales/it/a-439502.html>

R

Rafferty, T. (2017)

Michelin Mann **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://cdn.motor1.com/images/mgl/6bmeZ/s1/michelin-fits-harleys-with-new-scorcher-tires.jpg>

Rakimova, A. (2017)

Wenn Comic-Figuren echte Menschen wären – so könnten sie aussehen **[Illustration]**. Abgerufen 18. Januar 2020, von https://www.epochtimes.de/assets/uploads/2017/06/ETD_comic-figuren-im-wharen-Leben_simba-und-nala_koenig-der-loewen-800x450.jpg

Retro Planet. (2013)

Character of the Week: Quiky, the Nesquik Bunny. Abgerufen 20. Januar 2020, von <https://blog.retroplanet.com/quiky-the-nesquik-bunny/>

Runge, P. O. (1808)

Von einem Fischer und seiner Frau **[PDF]**. Abgerufen von https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/1083/h247_runge_1808.pdf?sequence=1

S

Sakurai, M. (Producer & Director) & Kimishima, T. (Producer). (2018)

Super Smash Bros. Ultimate **[Computer Software]**. Japan: Nintendo Co., Ltd. Abgerufen 17. Januar 2020, von https://www.smashbros.com/de_DE/fighter/55.html

Schwender, C., Grahl, D., & Knieper, T. (2019)

Comics und Karikaturen in der Kommunikationsforschung. Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung, 377–402. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06508-9_15

Shuster, J. (1938)

Action Comics Volume #1 **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von https://4.bp.blogspot.com/-LPmhWxQBcEg/WtdeefCBWFI/AAAAAAAAgQ8/GSPW5XRekYAK1M0Xp2alb-q4xVeWTDcxmwCEwYBhgL/s1600/IMG_7124.jpg

Sinclair, M. (2014)

The Secret History Of The Michelin Man. Abgerufen 20. Januar 2020, von <https://www.fastcompany.com/3036541/the-secret-history-of-the-michelin-man>

Solomon, C. (2009)

Astro Boy as role model. Abgerufen 19. Januar 2020, von <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2009-oct-23-et-as-troanime23-story.html>

Spiegelman, A. (1986)

Maus: Die Geschichte eines Überlebenden **[Illustration]**. Abgerufen 18. Januar 2020, von <https://d3i71xaburhd42.cloudfront.net/0e85beeb2cfe0f150bb727e998413e9c24d-2539d/5-Figure2-1.png>

Sundblom, H. (1931)

Santa Claus **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von http://www.adbranch.com/wp-content/uploads/coca-cola_the_pause_that_refreshes_1931-610x697.jpg

T

Tanaka, H. (Producer), Jinnai, H. (Producer), Tsuru, H. (Producer), Miyahara, T. (Producer) & Irie, K. (Director). (2011)

PokéPark 2: Die Dimension der Wünsche **[Computer Software]**. Japan: Nintendo Co., Ltd & The Pokémon Company Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://media.pocketmonsters.net/imageboard/52/13280557680057.jpg>

Tenneil, J. (1865)

Alice im Wunderland **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://legionofandy.files.wordpress.com/2015/07/alice.jpg>

Tezuka, O. (2002)

Astro Boy **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von https://www.plazafiestacarolinas.com/wp-content/uploads/2020/01/astro_boy_ebook_by_osamu_tezuka_rakuten_kobo.jpg

Thönges, B. (1993)

Das Genie des Herzens: über das Verhältnis von aphoristischem Stil und dionysischer Philosophie in Nietzsches Werken. Stuttgart, Deutschland: J.B. Metzler

Töpffer, R. (1837)

Histoire de Mr Vieux-Bois **[Illustration]**. Abgerufen 13. Januar 2020, von <https://d1k5w7mbrh6vq5.cloudfront.net/images/cache/c3/95/19/c3951955b3cd866abeef0c8d6b6fcf2.jpg?5e03c23cf>

U

Ubbelohde, O. (1908)

Hans mein Igel **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von <http://www.maerchenatlas.de/wp-content/uploads/2010/07/Ubbelohde-Hans-mein-Igel-ma.jpg>

Uderzo, A., & Goscinny, R. (1973)

Asterix auf Korsika **[Illustration]**. Abgerufen 17. Januar 2020, von <https://hachette.imgix.net/books/9780752866437.jpg?auto=compress,format>

W

Walker, J. E. (2013)

Appeal in Animated Character Design: Concepts and History **[Masterarbeit]**. Abgerufen von <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=books&cd=1&ved=2ahUKewij2bDd-f7mAhVFIMUKHSI1BIYQFjAAegQI-ABAB&url=http%3A%2F%2Fecollections.scad.edu%2Fii%2Fcpro%2Fapp%3Fid%3D8320237758904394%26itemId%3D1001588%26lang%3Deng%26service%3Dblob%26suite%3Dde&usg=AOvVaw2pB3B7osYX6Lv7o3IYWxmq>

Y

Youngberg, M. (Produzent), Terrace, D. (Regisseur) & Aoshima, J. (Regisseur). (2017)

DuckTales Staffel 1 Episode 1, Das Abenteuer beginnt **[Film]**. USA: Disney Television Animation.

Yuen, M. C., Tarique Azam, N. S., & Ang, K. Y. (2015)

SCAMPER for Character Design Unique Zoo Creature. International Colloquium of Art and Design Education Research (i-CADER 2014), 345–358. https://doi.org/10.1007/978-981-287-332-3_36

Z

Zick, A. (1975)

Vom Fischer und seiner Frau **[Illustration]**. Abgerufen 10. Januar 2020, von https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/59/Fischer_und_Frau.jpg/1920px-Fischer_und_Frau.jpg

EIDESTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich, Christian Rehm

geboren am 29.07.1997

erkläre hiermit, die vorliegende Bachelorarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt zu haben. Dabei habe ich mich keiner anderen Hilfsmittel bedient als derjenigen, die im beigefügten Literatur- und Abbildungsverzeichnis genannt sind.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind von mir als solche kenntlich gemacht.

Stuttgart, den 24.01.2020
Studienort


Unterschrift Studierende/r (= Verfasser/in)

DATENTRÄGER

Inhalt

- Bachelorarbeit in digitaler Form
- Praktische Arbeit
- Umfrageergebnisse

