

Dimitrios Meletis

Warum hassen alle *Comic Sans*?

Metapragmatische Onlinediskurse zu einer typographischen Hassliebe

1 Einleitung

If you love it, you don't know much about typography, and if you hate Comic Sans you don't know very much about typography either, and you should probably get another hobby.

Vincent Connare, Designer von *Comic Sans*¹

Ab dem Zeitpunkt, als mit dem Aufkommen des PCs einer breiten Masse die Möglichkeit geboten wurde, Schriftprodukte mithilfe von vorinstallierten Schriftbearbeitungsprogrammen und darin angebotenen Schriftarten selbst zu gestalten, wurde – oftmals unbewusst – mit vielen in Designkreisen geltenden Konventionen gebrochen. *Comic Sans* ist in diesem Kontext ein Paradebeispiel: Die 1994 entworfene Type (in Folge simplifiziert: Schriftart, Schrift) wird im Internet vor allem aufgrund von Verwendungen in dafür als unangemessen empfundenen Kontexten von vielen leidenschaftlich ‚gehasst‘. So existiert(e) unter anderem ein Manifest, das ein Verbot der Schrift fordert(e) (*bancomicsans.com*).² Personen, die die „Schauder-Schrift“ (Lischka 2008) „falsch“ verwenden, werden als *Comic Sans Criminals* bezeichnet und ihnen wird Hilfe angeboten, wie sie diese falsche Verwendung vermeiden können.³ All dies spielt sich hauptsächlich im Internet ab, weshalb partizipative Web 2.0-Plattformen, darin ausgehandelte Onlinediskurse und die beteiligten AkteurInnen für die vorliegende Untersuchung besonders relevant sind.

In diesem Beitrag wird gezeigt, dass neben graphematischen auch Non-Standard-Schreibungen auf formal-materieller, d. h. graphetischer Ebene für die Untersuchung von digitalem Schreiben von Bedeutung sind (zum *Graphetik*-Begriff

1 https://www.huffingtonpost.com/2013/08/29/vincent-connare_n_3837441.html (08. März 2018).

2 Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Beitrags (Februar-März 2018) ist das Manifest nicht mehr unter der URL www.bancomicsans.com erreichbar (zum Zeitpunkt meines Vortrags bei der Tagung im Juni 2017 war es das noch); die URL verlinkt nun stattdessen auf das Huffington Post-Interview mit *Comic Sans*-Erfinder Vincent Connare (URL in Fußnote 1).

3 <http://www.comicsanscriminal.com/> (08. März 2018).

s. Meletis 2015). Die zentrale zu untersuchende Annahme besteht darin, dass die Materialität von Schriftarten als graphischen Varianten ihre mögliche Verwendung einschränkt. Sie tut dies, indem sie maßgeblich beeinflusst, in welchen Registern und situativen bzw. kommunikativen Kontexten etwas als angemessen oder unangemessen wahrgenommen wird. Die kreative Freiheit von SchriftproduzentInnen, überwiegend typographische Laien, steht hier im Konflikt mit der konventionell-normativ geprägten Erwartungshaltung der (zumeist ebenfalls Laien-)RezipientInnen. Vor diesem Hintergrund stehen folgende Fragen im Fokus des vorliegenden Beitrags: Wer sind die AkteurInnen, die an den metapragmatischen Onlinediskursen zu *Comic Sans* teilnehmen? Was sind ihre jeweiligen Argumente für oder gegen die Schrift und auf Grundlage welcher Topoi argumentieren sie?

Zunächst werden in Abschnitt 2 die geschichtlichen und kontextuellen Rahmenbedingungen der Entwicklung von *Comic Sans* einerseits und der Herausbildung von metapragmatischen Diskursen zu ihrer Verwendung andererseits skizziert. Abschnitt 3 stellt darauf den Kern des Beitrags dar: Hier werden die argumentativen Muster des metapragmatischen Diskurses sowohl für (3.1) als auch gegen (3.2) *Comic Sans* herausgearbeitet und reflektiert. Im Zuge dessen wird bereits deutlich werden, dass verschiedene Gruppen von AkteurInnen mit unterschiedlichem kommunikativen Wissensstand an den Diskursen teilnehmen; ihnen ist Abschnitt 4 gewidmet. Der Großteil der Hassliebe zu *Comic Sans* wird hauptsächlich von Laien ausgehandelt, wie auch das einleitende Zitat von Vincent Connare, dem Designer der Schrift, andeutet: Weder Personen, die *Comic Sans* lieben, noch jene, die sie hassen, kennen sich laut Connare mit Typographie aus. Durch die rege Beteiligung von Laien hat die ‚Hassbewegung‘ eine Eigendynamik entwickelt, in der die Gründe für die ursprüngliche Ablehnung der Schrift in den Hintergrund gerückt sind und es schlicht zur Mode geworden ist, der Abneigung gegen *Comic Sans* – zunächst mit ironischem Unterton, dann öfter ernst gemeint – Ausdruck zu verleihen; wie Garfield (2010: 24) anmerkt, „people began to get upset with Comic Sans, at first in a comic way, and then in a more emetic one“.

Comic Sans ist in zweifacher Hinsicht digital: Einerseits ist die Schrift Gegenstand des Digitalen als sozialer Raum; diese Lesart ist im vorliegenden Beitrag dominant. Andererseits ist *Comic Sans* auch ein Gestaltungsmerkmal von Schriftprodukten, die digital, sprich computer-maschinell erzeugt wurden – dies trifft auch dann noch zu, wenn diese Schriftprodukte analog (ausgedruckt) vorliegen. Diese zweite Lesart steht im Zentrum von Abschnitt 5, in dem betrachtet wird, wie AkteurInnen *Comic Sans* ‚offline‘ begegnen. Interessant sind hier direkte schriftliche Reaktionen auf im öffentlichen Raum verortete Schriftprodukte. So wird die

Verwendung von *Comic Sans* ‚offline‘ – manchmal handschriftlich, manchmal mithilfe anderer digital erzeugter, ausgedruckter Schriftprodukte – kommentiert.

Die anschließende Diskussion (Abschnitt 6) hat zum Ziel, die Erkenntnisse der exemplarischen diskursanalytischen Untersuchung auf einer abstrakteren Ebene fruchtbar zu machen, indem sie generelle Konzeptualisierungen von Typographie in Onlinediskursen nachzeichnet. Eine Conclusio schließt den Beitrag.

2 *Comic Sans* vs. InternetnutzerInnen – eine Hassliebe

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 !"#\$%&/()=?ß

Abb. 1: *Comic Sans*

Ihren Anfang fand die Geschichte von *Comic Sans* (s. Abbildung 1) im Jahr 1994. Zu dieser Zeit arbeitete der Computerkonzern Microsoft an *Microsoft Bob*, einem Programm, in dem ein gezeichneter Hund unerfahrenen BenutzerInnen, darunter auch Kindern, Tipps zur Verwendung des Betriebssystems geben sollte; ebendiese Tipps wurden in Sprechblasen angezeigt. Es war der damalige Microsoft-Mitarbeiter und Typograph Vincent Connare, der anmerkte, dass die Verwendung der Schriftart *Times New Roman* im Kontext dieser Comic-Sprechblasen aufgrund der konservativen und nüchternen Anmutung der Schrift unpassend wäre. Dies führte dazu, dass Connare damit beauftragt wurde, eine neue, passendere Schrift für diesen Zweck zu designen – und innerhalb von nur drei Tagen entstand schließlich *Comic Sans*. Der Name der Schrift beruht darauf, dass Connare das Lettering von Comics wie *Watchmen* und *The Dark Knight Returns* als Inspiration für das Design der neuen Schrift heranzog.⁴ Schlussendlich fand *Comic Sans* aus mehreren Gründen nicht Einzug in die neue Version von *Microsoft Bob*,

⁴ Anzumerken ist hier, dass das Lettering in diesen Comics nur aus Majuskeln besteht, weshalb auch nur diese als typographisches Vorbild dienen konnten. *Comic Sans* hingegen verfügt sowohl über Majuskeln als auch Minuskeln.

doch erfuhr die Schrift kurz darauf dennoch schlagartig eine weite Verbreitung, da sie im 1995 veröffentlichten Betriebssystem *Windows 95* – und seither in allen Windows-Versionen sowie anderen Betriebssystemen – als vorinstallierte Schrift zur Verfügung stand und steht (vgl. Garfield 2010: 18–24). Dies stellt den ersten einschneidenden Punkt in der Geschichte dieser kontroversen Schriftart dar, denn ab diesem Zeitpunkt bereicherte *Comic Sans* das graphische Repertoire der meisten Computer-NutzerInnen.

Es ist erst dieser Status als öffentliches Gut, der in Kombination mit der neu gewonnenen Möglichkeit von ProduzentInnen, sich in Schriftverarbeitungsprogrammen typographisch auszuprobieren, allmählich zu einer derart ablehnenden Haltung gegenüber der Schrift führen konnte. Hierin wurzeln auch die zwei fest miteinander verwobenen Hintergründe und zugleich Argumente für den ‚Hass‘ gegen *Comic Sans*: eine Übersättigung durch die Schrift sowie die damit verbundene Verwendung in Kontexten, in denen sie von jenen RezipientInnen, die das Bedürfnis haben, sich dazu zu äußern, mehrheitlich als unangemessen eingestuft wird. Exponentiell verstärkt wurden diese beiden Aspekte durch die zunehmende Verfügbarkeit des Internets und der kreativen Freiheiten, die es bietet: Schriftliche Produkte wurden nicht mehr nur gestaltet, um ausgedruckt und eventuell verbreitet zu werden, sondern auch um direkt online im Digitalen als sozialem Raum publiziert und geteilt zu werden. Wie GegnerInnen der Schrift behaupten, war *Comic Sans* plötzlich *überall*, sowohl offline als auch online:

People [...] began to use it on restaurant menus, greeting cards and birthday invitations, and self-printed posters stapled to trees. [...] Then Comic Sans began to appear in other places: on the sides of ambulances, on online porn sites, on the backs of the shirts worn by the Portuguese national basketball team, on the BBC and in *Time* magazine, in adverts for Adidas boots.

(Garfield 2010: 23f.; Hervorhebung im Original)

Diese Omnipräsenz ebnete den Weg für einen weiteren Paradigmenwechsel, der zur Folge hatte, dass *Comic Sans* nicht nur benutzt wurde, sondern dass über diese Benutzung gesprochen bzw. geschrieben werden konnte – nachhaltige metapragmatische Diskurse zur Verwendung der Schrift, die zunächst nur in beschränktem Rahmen ‚offline‘ ausgehandelt wurden, keimten allmählich auch im Internet auf.

So ist schließlich das Internet auch jenes Medium, das die Formulierung von Unmut und in Folge sogar die Entstehung einer Gegenbewegung erleichterte.

Ende der 1990er-/Anfang der 2000er-Jahre⁵ entstand so das *Ban Comic Sans*-Manifest unter der Feder des Grafikdesigner-Ehepaars Holly und David Combs, das eine Abschaffung der Schrift fordert. Es ist in einem pathetischen Stil, in teils politischer, teils auch religiös gefärbter Sprache verfasst und geizt nicht mit hochtrabenden Vergleichen. Auf dramatische Weise wird am Ende des Manifests eine ‚Auslöschung‘ von *Comic Sans* gefordert, um zukünftige Generationen davon zu ‚befreien‘.⁶ Trotz seiner ironischen und augenscheinlich überspitzten Natur liegt dem Manifest eine ernste Motivation zugrunde, und das Hauptargument von Holly und David Combs scheint klar durch: Die Verwendung von *Comic Sans* ist in zahlreichen Kontexten als unangemessen einzustufen. Ihre Beschäftigung im Bereich der Typographie zeichnet sie als AkteurInnen aus, die aufgrund ihres Wissensstands in diesem Bereich Autoritäten verkörpern. Ihren Beginn fand der Ausdruck der Ablehnung gegen *Comic Sans* demnach in der Design-Insiderszene, in der typographisch-kommunikatives Wissen verdichtet ist und fachliche, d. h. auf der Typographie der Schrift selbst beruhende Argumente vielleicht nicht expliziert, aber vermutlich zumindest (mit-)reflektiert werden.



Abb. 2: Meme, das Sanktionen für die Verwendung von *Comic Sans* humoristisch thematisiert, aus: <http://i0.kym-cdn.com/photos/images/original/000/127/284/save-the-bunny.png> (02. April 2018)

⁵ In einigen Quellen wird hier das Jahr 1999 (z. B. Erickson 2012; Hudgins 2017) genannt, in anderen das Jahr 2002 (z. B. Murphy 2017: 71).

⁶ Vgl. <http://www.1000manifestos.com/ban-comic-sans/> (12. März 2018).

Das Internet ermöglichte nicht nur das Aufkeimen der Bewegung, sondern auch deren Weiterentwicklung und Verselbstständigung: Die Ablehnung von *Comic Sans* – und vorrangiger: der Ausdruck dieser Ablehnung – war nämlich bald nicht mehr nur TypographInnen vorbehalten, sondern allen, die sich daran beteiligen wollten. Die Beteiligung war und ist nach wie vor rege, vor allem seit dem Aufkommen sogenannter Memes⁷ und sogenanntem „going viral“, eine Phrase, die das schlagartige und reichweitenstarke Teilen von Beiträgen im Internet bezeichnet. In diesem Kontext avancierte *Comic Sans* zu einer beliebten Pointe in der vorwiegend humoristisch verarbeiteten Ablehnung der Schrift. Ein gemeinsamer Nenner, der sich in der oberflächlich fast kollektiv erscheinenden Abneigung gegenüber der Schrift ausmachen lässt, ist die pauschale Verurteilung der Verwendung der Schrift sowie die Betonung der damit einhergehenden sozialen Sanktionen. Ein Meme lautet so beispielsweise „Every time you use Comic Sans, Faye will punch this adorable little bunny“ (s. Abbildung 2). Nur wenige dieser satirischen Internetbeiträge, die *Comic Sans* auf- und angreifen, gehen tiefer und geben den Grund für ihre Ablehnung preis – eine Vermutung, woran das liegen könnte, besteht darin, dass viele der UrheberInnen und in Folge auch „TeilerInnen“ dieser Beiträge selbst nicht genau benennen können, *was* ihnen an der Schrift missfällt. Dies hindert sie nicht daran, trotzdem Kritik an der Schrift auszuüben: „Individuals may not be able to articulate exactly *why* Comic Sans evokes a negative affective experience when they see it, but they nonetheless have a framework for arguing *that* the font is a terrible choice“ (Murphy 2017: 81, Hervorhebung im Original). Der Ausdruck ihrer negativen Haltung setzt im Übrigen nicht voraus, dass AkteurInnen überhaupt tatsächlich etwas an der Schrift auszusetzen haben und nicht etwa ein Meme geteilt haben, um ihre Zugehörigkeit zu jener Gruppe zu signalisieren, die *Comic Sans* (explizit begründet oder eben nicht) ablehnt. Hier ist also eine weitere soziolinguistische Dimension zu beachten: die indexikalische Funktion nicht nur der Verwendung von *Comic Sans*, sondern auch der eigenen Meinung über *Comic Sans* (und wiederum seiner Verwendung), und die Tatsache, dass diese Meinung Individuen dazu dient, sich im digitalen Raum sozial zu verorten und zu inszenieren.

Der Hass gegen *Comic Sans* hat sich augenscheinlich derart verselbstständigt, dass metapragmatische Diskurse, die die Abneigung in Frage stellen, zur Ausnahme werden und die Verwendung der Schrift sowie deren Materialität

7 Memes „entstehen aus Bildern, Videos, Blogs, Texten oder ganzen Webseiten, die sich wie Lauffeuer über das Internet verbreiten. Dabei handelt es sich in der Regel um aussagekräftige Motive, die mit einem Text kombiniert werden – und so neue Bedeutungen erhalten“ (Schwan 2017).

selbst nur mehr in Ausnahmefällen reflektiert werden. Wo werden diese eher selten expliziten, tiefergehenden metapragmatischen Diskurse nun also ausgehandelt, und welche Argumente werden dort für die Ablehnung angeführt? Mit anderen Worten: *Warum hassen alle Comic Sans*?

3 Argumentation in metapragmatischen Onlinediskursen

In diesem Abschnitt erfolgt eine Auseinandersetzung mit den zentralsten Argumenten, die die metapragmatischen Onlinediskurse zur Verwendung von *Comic Sans* prägen: Abschnitt 3.1 zeichnet hier vor allem die Abneigung gegen die Schrift nach, während Abschnitt 3.2 einige positive(re) Stimmen zu Wort kommen lässt. Die Aussagen, die hier wörtlich zitiert werden, stammen sowohl aus Diskussionen in Internetforen und Frage-Antwort-Portalen, als auch aus Artikeln aus Onlinezeitungen, Blogs etc., d. h. der journalistischen und daher eher monologischen Komponente des Diskurses. Die Akquise dieser Quellen fand zunächst nicht systematisch statt; vielmehr wurden in einem ersten Schritt die prominentesten englischsprachigen⁸ Google-Suchergebnisse zur titelgebenden Frage „Warum hassen alle *Comic Sans*?“ ausgewählt und darin enthaltene Aussagen nach Argumenten analysiert. Inhaltsanalytisch wurden Kategorien zu den gesammelten Aussagen gebildet (vgl. Mayring 2015), die im Großen und Ganzen den angeführten Argumenten entsprechen; zu ihnen wurden ggf. in einem weiteren Schritt der Untersuchung gezielt weitere Aussagen gesucht. Hier vermischen sich also *Grounded Theory*⁹ und *qualitative Inhaltsanalyse*.

Das Ziel der Untersuchung war demnach keine umfassende Diskursanalyse, sondern die erste Sammlung und kritische Darstellung der dominanten Argumentationsmuster sowie damit verbunden eine Identifizierung der AkteurInnen, die überhaupt an den Diskursen teilnehmen, sowie deren Wissensstand und der Prozess der sozialen (Eigen-)Positionierung. Eine Einschränkung ist demnach sicherlich, dass keine „große Menge metapragmatischer Daten“ vorliegt; dennoch sagen die Ergebnisse einiges „über gesellschaftlich registrierte Vorstellungen,

⁸ Es wurden in dieser ersten Untersuchung lediglich englischsprachige Quellen berücksichtigt; sehr ähnliche Diskurse scheinen auch im deutschsprachigen Raum zu existieren, allerdings sind diesbezüglich weitere Analysen notwendig.

⁹ Zur *Grounded Theory* in der Analyse von Onlinediskursen vgl. Fraas/Pentzold (2008: 298–302).

Einstellungen und Bewertungen spezifischer Textgestaltungsformen in spezifischen Gruppen“ aus (Spitzmüller 2016b: 116).

3.1 Contra *Comic Sans*

3.1.1 Übermäßige Verwendung und unpassende Verwendungskontexte

Bei einer genaueren Betrachtung der Foreneinträge, die der Frage nachgehen, warum überhaupt so ein Unmut gegen die Schrift existiert, sind überraschenderweise tatsächlich vor allem gemäßigte und differenziertere Aussagen vorherrschend: *Comic Sans* ist demnach nicht *per se* eine schlechte Schrift und der ‚Hass‘ richtet sich nicht gegen sie, sondern gegen die übermäßige und unpassende Verwendung und demnach eher gegen die ProduzentInnen von Schriftprodukten, die sich für diese verantwortlich zeigen. Ausschlaggebend hierfür ist die Materialität der Schrift, die Konnotationen hervorruft: Verspieltheit, Kindlichkeit, generell Informalität. In einigen Experimenten, die mit semantischen Differentialen¹⁰ arbeiteten, wurde *Comic Sans* von den Versuchspersonen als besonders freundlich eingestuft (vgl. Mackiewicz/Moeller 2004; Brumberger 2003a). Eben diese Konnotationen der Schrift bedingen die Einengung der Verwendungskontexte, in denen *Comic Sans* als angemessen wahrgenommen wird.

- (1) Comic Sans isn't bad when it's used in appropriate cases like comics (obviously). It's purposefully designed to have a more 'silly' look, than say, Impact, so when university professors use Comic Sans in their powerpoints, it seems out of place. (I)¹¹
- (2) In the last couple of years, I even saw a Nobel laureate presentation using only comic sans. I had to stifle a laugh. I don't mind comic sans in scenarios that make sense, but for professional/educational talks, it makes the presenter look like they're trying too hard for a casual feeling talk. (I)
- (3) Comic sans is not really an ugly font. However it has become one of the most hated font [sic] because of one main reason. [...] So the main reason of comic

10 Das semantische Differential ist eine von Osgood et al. (1957) entwickelte Methode der Einstellungsforschung, bei der Versuchspersonen Wörter, Gegenstände, Konzepte, Ideen etc. anhand vorgegebener Kategorien mit jeweils extremen Polen affektiv bewerten. Im Falle von Schriftarten müssen sie bspw. angeben, ob sie eine Schrift eher traurig oder fröhlich finden, eher schwach oder stark. In der Linguistik wird diese Methode vor allem dafür verwendet, Konnotationen von Wörtern etc. zu erheben.

11 Die römischen Ziffern nach den Äußerungen beziehen sich auf die unterschiedlichen Primärquellen. Sie werden in Abschnitt 8.1 aufgeschlüsselt.

sans hate, that is objective and logical, is the **wrong use of it**. (II; Hervorhebung im Original)

- (4) Overuse, or misuse, is the crux of many complaints [...] (VI)
- (5) So, the story of Comic Sans is not that of a really terrible font, but rather of a mediocre font, used incorrectly on a massive scale. (VII)
- (6) Most people hate Comic Sans because it is overused and misused. (II)

In all den angeführten Aussagen – die (mit Ausnahme von Äußerung 5) von Personen ohne typographischen Hintergrund stammen – wird *Comic Sans* offensichtlich nicht an sich kritisiert. So wird das Design der Schrift nicht bemängelt, und die Ablehnung ihr gegenüber wird in einer Aussage (3) sogar relativiert, indem behauptet wird, *Comic Sans* „sei nicht wirklich hässlich“. Die unpassenden Verwendungskontexte werden auf die bewusst gestaltete Form („silly“ look“) der Schrift zurückgeführt. Als „offensichtlich“ passender Kontext werden unter anderem Comics genannt (1), da aufgrund des Namens der Schrift angenommen wird, dass sie ursprünglich für diese intendiert war (aber s. Abschnitt 3.1.3). Die Existenz weiterer adäquater Kontexte wird zwar angesprochen (2: „[...] in scenarios that make sense“), jedoch bleiben konkrete Beispiele ungenannt. Interessanterweise wird in einem Beitrag (2) die vermeintliche Funktion der Schrift thematisiert, formelle Kontexte informeller wirken zu lassen. Ebendiese Funktion wird im Rahmen des angesprochenen professionellen Vortrags zwar erzielt, allerdings schießt die Informalität der Schrift sozusagen ‚über das Ziel hinaus‘ und wird als unangemessen bewertet. Die Verwendung durch DozentInnen in Powerpoint-Präsentationen wird generell pauschal als „out of place“ angesehen (1). In diese Argumentation lässt sich auch die Diskussion rund um die Verwendung von *Comic Sans* in einer Präsentation des CERN einordnen (cf. Murphy 2017: 63–65), in der die zuständigen WissenschaftlerInnen Häme ausgesetzt waren, weil sie eine bedeutende wissenschaftliche Errungenschaft – die Entdeckung des Higgs-Boson – in einer Powerpoint-Präsentation gesetzt in *Comic Sans* präsentierten.

Die Aussagen 3 bis 6 verdeutlichen, dass in den metapragmatischen Diskursen ein ausgeprägtes Bewusstsein dafür herrscht, dass Übersättigung und, damit einhergehend, die unpassende Verwendung zur Abneigung gegen die Schrift beitragen.

In den folgenden Äußerungen steht explizit die Konnotation der Schrift im Fokus:

- (7) It has it's [sic] place, but it's like a child's hand writing. When people use it, it's like they are treating the reader like a child. (II)
- (8) Comic Sans is a terrible font, but it fills an aching need for light-hearted typography. That's why people love it. People outside of type-setting / design

- don't need another finely-balanced Bookman variant or another compression of Helvetica. (IV)
- (9) It's almost an anti-technology typeface: very casual, very welcoming. It's like going home, back to your childhood, getting letters from family members. (VIII)
- (10) [...] it is so irritably simple, so apparently written by a small child. (IX)

Dass *Comic Sans* als ‚verspielt‘ und damit informell, aber dadurch auch ‚freundlich‘ und ‚leichtherzig‘ (8, 9) wahrgenommen wird, liegt nicht nur daran, dass der Verwendungskontext, den viele als ursprünglich intendiert glauben – nämlich Comics – vorrangig mit Kindern assoziiert wird, sondern dass die Gestalt der Schrift selbst anmutet, als wäre sie handgeschrieben, und zwar von einem Kind (7, 10). Interessanterweise wird daraus der Schluss gezogen, dass ProduzentInnen, die *Comic Sans* wählen, ihre AdressatInnen wie Kinder behandeln und nicht umgekehrt, dass es sich bei den ProduzentInnen selbst um Kinder handelt (7); die Verwendung der Schrift wird hier demnach aus Perspektive der AdressatInnen bewertet. Damit wird angedeutet, dass die Frage, wie sich ProduzentInnen durch die Wahl einer Schrift, einer graphischen Variante, *selbst zeigen*, in den Hintergrund rücken kann; stattdessen wird die Frage der Zielgruppe, für die die Schrift als angemessen erachtet wird, hervorgehoben. Allerdings lässt sich aus der Wahl einer Schriftart seitens der ProduzentInnen immer auch eine gewisse Selbstpositionierung der ProduzentInnen gegenüber den AdressatInnen erkennen.

Hier ist zu vermuten, dass Verwendungskontexte nicht immer eng an die Thematik bzw. den Inhalt eines Schriftprodukts gekoppelt sind, sondern genauso an die Zielgruppe, die es ansprechen soll. Die Relevanz beider Aspekte kann bei unterschiedlichen Schriftprodukten in verschiedenen situativen Kontexten variieren. Während ein Schild, das in *Comic Sans* geschrieben ist, bspw. in der chirurgischen Abteilung eines Krankenhauses eventuell als unangemessen wahrgenommen wird, könnte dasselbe Schild in der Kinderstation des Krankenhauses als angemessen empfunden werden.

Was sich in dieser Beobachtung jedoch widerspiegelt, ist, dass die angemessene oder unangemessene Verwendung auf dem jeweiligen kommunikativen, in diesem Fall konkret typographischen Wissensstand der ProduzentInnen beruht, speziell bzgl. der Frage, für welche Zielgruppe bzw. welchen Inhalt *Comic Sans* geeignet ist. Insofern verweist die Verwendung von *Comic Sans* durchaus indexikalisch auf die ProduzentInnen, allerdings nicht unbedingt zwingend auf ihre geschmacklichen Präferenzen, ihre Persönlichkeit oder gewisse soziale Variablen, sondern eben auf ihr kommunikatives Wissen (s. Abschnitt 4). Selbstredend

ist nicht nur die Produktion, sondern auch die Rezeption stark an dieses Wissen gebunden.

Wie bereits in Abschnitt 2 angedeutet wurde, hat sich die Verwendung von *Comic Sans* mit der Ausbreitung des Internets vom allein Analog-Gedruckten auf das Digitale ausgeweitet. In Aussage 11 kommentiert ein Nutzer die Verwendung der Schrift auf den ersten persönlichen Homepages von Privatpersonen (bei Anbietern wie GeoCities, oder, im deutschsprachigen Raum, Beepworld), die von Laien ohne Designwissen gestaltet wurden. Diese boten zumeist wenig inhaltlichen Mehrwert für ihre BesucherInnen, da sie vorrangig dem kreativen Ausdruck der GestalterInnen dienten. Auch bei der Gestaltung dieser Homepages war *Comic Sans* eine beliebte Schrift, nicht nur, weil sie von einigen durchaus als passend und ästhetisch empfunden wurde, sondern auch, weil sie in den Webseiten-Erstellungstools verfügbar war und aufgrund ihrer weiten Verbreitung auf PCs als ‚browser-safe‘ galt, d. h. beinahe überall korrekt angezeigt wurde – nicht nur bei ProduzentInnen, sondern auch bei RezipientInnen.¹² Dies führte schließlich dazu, dass die stetig wachsende Präsenz von *Comic Sans* auch im Internet als negatives Symptom der Kommerzialisierung des Internets angesehen wurde:

(11) [...] the font started having a reputation as an online “voice” for a lot of insipid, vain and content-light homepages produced by people who didn’t have much experience with the internet in general and was seen as an indication of the commercialization of the internet having a negative effect. After that the negative reputation sorta snowballed into the meme it is today. (IV)

Die starken Konnotationen von *Comic Sans* führen auch dazu, dass eine Verwendung in Kontexten, die nicht mit diesen Konnotationen kongruieren, zu unterschiedlichen negativen Reaktionen führen können:

(12) He [doctor, D.M.] would have written the document in a plain Times New Roman, or Arial – then decided the font wasn’t right and had to find, choose, and settle on Comic Sans as the right font for the job. That letter instantly made me question my choice of doctor. (II)

(13) I swear, this is the absolute truth, that my bank once sent me a letter written in comic sans. I thought it HAD to be a scam of some kind, so I called the bank

¹² Dies ist allerdings eventuell schon wieder zu technisches Wissen für Laien. Die GestalterInnen der Homepages haben *Comic Sans* vermutlich hauptsächlich verwendet, weil es verfügbar war; über die korrekte Anzeige bei RezipientInnen haben sie sich wahrscheinlich wenige Gedanken gemacht.

and asked about it – it was real. I was floored, comic sans is just not the font of choice for formal business mail. (IV)

- (14) The worst place I saw it used was on a memorial. Like... seriously have some respect in your font choice... (III)

In den obenstehenden Äußerungen werden Situationen beschrieben, in denen die Verwendung der Schrift als vertrauensunwürdig oder respektlos wahrgenommen wurde. Diese Beispiele verdeutlichen: Nicht *Comic Sans* wird als wenig vertrauenserweckend oder respektlos erachtet, sondern die Personen, die die Schrift ausgewählt haben.

Wie Murphy (2017: 72) bemerkt: „the concept of choice is critical“. Die freie Wahlmöglichkeit seitens der TextproduzentInnen samt ihrer Teilaspekte wird in den metapragmatischen Onlinediskursen deshalb oftmals hervorgehoben:

- (15) Using Comic Sans means you took the effort to go specifically pick a font to try and improve your document. (I)
- (16) A million users can be ignorant of design, but they can't be WRONG in their own taste. Their taste is their taste and they are entitled to it. (II)
- (17) And when you choose your next font, use whatever you think is best. If you think it feels right, use Comic Sans. Or, wear your Crocs to a wedding. (X)
- (18) One thing the Comic Sans debate has demonstrated beyond doubt is that one's choice of a font is now a serious affair. (IX)

In diesen Äußerungen wird der Aufwand angesprochen, der mit der Auswahl einer (passenden) Schriftart für ein Dokument einhergeht (15), die Frage des Geschmacks (16, 17) sowie die Tatsache, dass dieser Aspekt der Gestaltung – die Wahl einer passenden Schriftart – heutzutage zu einer ernststen Angelegenheit geworden ist (18). Dies spiegelt wider, dass den TeilnehmerInnen des Diskurses zumindest zum Teil bewusst ist, dass die Wahl von graphischen Gestaltungsmitteln sozial-indexikalisch aufgeladen ist und eine Form des *Sich-Zeigens* darstellt (vgl. Spitzmüller 2013; 2016a).

3.1.2 Typographische Kritik am Schriftdesign

Neben der bisher diskutierten Kritik, die primär auf die kontextuelle Einbettung der Schrift abzielt und nicht auf die Schrift selbst, wird bisweilen auch die (mangelnde) Qualität des Schriftdesigns angeprangert. Dies wirft die Frage auf, welche AkteurInnen diese Art von Kritik ausüben (s. Abschnitt 4), da sie ExpertInnen-Wissen voraussetzt.

pet fox

Abb. 3: Schlechtes Kerning, s. vor allem den Abstand zwischen f und o, adaptiert von: <http://designforhackers.com/wp-content/uploads/2017/02/letterfit-kerning.gif> (02. April 2018)

m

Abb. 4: Mangelhafte vertikale Proportionen der m-Beine

Drei Mängel von *Comic Sans* sind im Diskurs prominent, und in Äußerung 19 werden sie alle genannt: die Strichstärke, der Abstand (und dessen Proportionen) zwischen den einzelnen Zeichen (in der Typographie als *Kerning* bezeichnet) sowie die vertikale Ausgestaltung der einzelnen Zeichen. Die letzten beiden Eigenschaften werden in Abbildung 3 und Abbildung 4 illustriert. Zusammengefasst wird die Schrift als „poorly drawn and poorly spaced“ (II) erachtet.

(19) The biggest problem with the design is that the strokes are all constant thickness. The font was apparently designed by drawing the letters as a [sic] single line strokes, and then simply adding thickness (and round line joins and caps) to every line.

Another big issue with the font is the kerning of the letters. Yes, it is supposed to look somewhat ‘natural’ and in that sense the spacing should be a bit uneven, nevertheless the choices this font makes in how letters pair up are pretty horrible. The capital ‘A’ for example looks like there’s too much space around it.

[...] vertical alignment issues: The lower case ‘m’ has the middle leg longer than the others, and this looks awful. You could create a natural feel in a more consistent and pleasing way, for example always having the final leg of any multi-leg letter be the slight longer one. (II)

(20) Aesthetically, it feels wrong because its features are wildly inconsistent. The x-heights, the slopes of the characters (sometimes leaning forwards, sometimes back), lengths of serifs, angles at which lines join, and lack of smooth arcs all stand out to me as unpleasant unless used for a very short phrase. Additionally, it was designed to be used onscreen at large sizes, so compared

to many fonts, it renders poorly in small point sizes (for onscreen body text) and in print. (I)

In Äußerung 20 wird die Inkonsistenz der Eigenschaften von *Comic Sans* hervor-gehoben: So werden unter anderem die x-Höhe der Zeichen oder die Länge der Serifen kritisiert. Die Verwendung von typographischen Fachbegriffen deutet hier darauf hin, dass der Autor dieser Passage zumindest über ein gewisses Maß an typographischem Fachwissen verfügt – wie er dieses erworben hat, kann allerdings nicht beantwortet werden. Interessant ist auch die Schlussfolgerung, dass die Schrift aufgrund ihrer Eigenschaften für kurze Textpassagen am Bildschirm geeignet sei. Diese Beobachtung spielt im Rahmen der Pro-Argumente eine Rolle (s. Abschnitt 3.2.2).

3.1.3 Keine passenden Kontexte

Neben der gemäßigten, verwendungsbasierten Kritik sowie der Beanstandung des Schriftdesigns existieren auch Stimmen, die nichts Positives an der Schrift finden; sie vertreten die Meinung, es gäbe *keinerlei* Kontexte, in denen die Verwendung der Schrift angemessen wäre:

- (21) [...] it is not a good comic typeface [...]. It is not a good handwriting typeface [...]. It is not even a good multipurpose typeface for informal or playful material because there are so many options that are far more professionally made. (II)
- (22) The flaw with the reasoning that comic sans is a good “fun” font or even a good comic font is that even in those categories we have much better alternatives. (IV)
- (23) The consensus among Typophiles [sic] members it that the use of Comic Sans is never, ever justified. (XI)

Äußerung 23, die besagt, dass die Mitglieder von *Typophile*¹³ – einem Forum für DesignerInnen mit dem Slogan „Where designers connect“ – die Verwendung von *Comic Sans* nie gerechtfertigt finden, beruht unter anderem auf den Beobachtungen der vorherigen Äußerungen. In Äußerung 21 werden bspw. Kontexte genannt, für die die Verwendung von *Comic Sans* in Abschnitt 3.1.1 noch als angemessen bezeichnet wurden. Doch vertritt der Autor dieser Äußerung die

¹³ <http://www.typophile.com/> (29. März 2018).

Meinung, dass es in jedem dieser Kontexte etliche Alternativen gäbe, die nicht nur angemessen wären, sondern zudem viel professioneller gestaltet seien als *Comic Sans*. Diese Meinung wird auch in Äußerung 22 vertreten.

Laut dieser Argumentation ist die Verwendung von *Comic Sans* auch in den ursprünglich als passend identifizierten Kontexten nicht gerechtfertigt, da es wie erwähnt für jeden Kontext bessere Alternativen gäbe. Diese Argumentation zielt implizit auf die Kritik am Schriftdesign von *Comic Sans* ab – implizit deshalb, weil hier meistens nicht dezidiert darauf eingegangen wird, in welchen Aspekten sich die alternativen Schriftarten besser eignen oder typographisch qualitativ hochwertiger sind als *Comic Sans*; es wird schlicht postuliert, dass dem so sei.

3.2 Pro *Comic Sans*

3.2.1 Ablehnung unbegründet, unreflektiert

Es handelt sich hier zwar nicht um ein Argument *per se*, und eine klare Zuordnung zu „pro *Comic Sans*“ ist auch problematisch – dennoch ist in diesem Unterabschnitt zuallererst eine überaus differenzierte Sicht auf die ablehnende Haltung gegenüber *Comic Sans* zu nennen, in der die Abneigung gegen die Schrift als „blind *Comic Sans*-hate“ (II) bezeichnet wird. Hier handelt es sich nicht um einen Diskurs über die Verwendung der Schrift, sondern um einen Diskurs *über* diesen metapragmatischen Diskurs. Dieser fußt auf der Frage, warum Personen überhaupt eine Abneigung gegen *Comic Sans* (entwickelt) haben – eine Frage, deren Antwort offensichtlich für viele nicht auf der Hand liegt.

So finden sich in Onlinediskursen zahlreiche Aussagen, die den *Comic Sans*-„Hass“ relativieren:

- (24) Nowadays I think it's more just a circlejerk to hate comic sans. (IV)
- (25) But my point is, a lot of people (especially over the internet) fly off the handle just like that but I think these days it's more of a hive-mind common dislike than it is an actual "I have specific reasons to hate this" thing. Chances are about 90% of the people out there who hate comic sans are you [sic] just like you and have no idea why they hate it, they just hate it cause everyone else does. (IV)
- (26) I think it's a bandwagon thing. I like it and use it. (IV)
- (27) There was an "I hate *Comic Sans*" website that promoted its hatred, and it has become a bit *du jour* to dislike it. It is an easy target, essentially. It has now become anathema. You can't even use it when it is appropriate. (V; Hervorhebung im Original)

- (28) It has become a meme... a symbol of bad design. (III)
- (29) People that hate a font are huge losers that don't have anything better to do. (III)
- (30) Since its release, Comic Sans has been brutally misused. Any quick search on Google can show you that. It's fair to say it got way out of hand. This is why Comic Sans doesn't deserve the ridicule it gets. (II)

Die Gemeinsamkeit dieser Äußerungen besteht darin, dass – wie bereits in Abschnitt 2 skizziert wurde – sich der ‚Hass‘ gegen *Comic Sans* verselbstständigt hat und gewissermaßen zur Mode geworden ist. So wird die Schrift laut Personen, die diese Meinung vertreten, undifferenziert und unbegründet kritisiert, und Menschen, die dies tun, „have no idea why they hate it, they just hate it cause everyone else does“. Die TeilnehmerInnen des *Comic Sans*-Bashing werden in diesem Rahmen auch abgewertet als Personen, die nichts Besseres zu tun hätten; vgl. hierzu auch das einleitende Zitat von *Comic Sans*-Designer Connare, der meint, KritikerInnen von *Comic Sans* sollten sich ein Hobby zulegen. Zudem hat sich eine gewisse Frustration entwickelt, da dieser unverständliche und außer Kontrolle geratene Hass (30) dazu führe, dass die Schrift nicht einmal mehr in passenden Kontexten verwendet werden könne (27) – gleichzeitig führt dies bei einigen Personen zu bewusstem Widerstand, indem sie die Schrift einfach dennoch verwenden. Diese Argumentationslinie gewinnt zunehmend an Popularität, so dass bereits Folgendes behauptet wird: „the Comic Sans backlash has produced a backlash of its own“ (IX). In diesem Kontext wird vorausgesagt, dass die Schrift aufgrund ihres Status als „Aussätzige“ wieder ‚in‘ und ‚hip‘ werden könnte.

3.2.2 Passende (typographische) Verwendungskontexte

Ende 2011 gründeten die französischen Designer Thomas Blanc und Florian Amoneau das sogenannte *Comic Sans Project*¹⁴. Hier handelte es sich um einen Tumblr-Blog, auf dem die beiden umgestaltete Versionen hochbekannter Firmen- oder anderer Logos (s. Abbildung 5) posteten. Der Clou bestand darin, dass die Schrift in all diesen redesignten Logos in *Comic Sans* gesetzt war. Auf dem Blog selbst meinen die beiden Designer, sie seien „Comic Sans defenders“. Die Resonanz auf das Projekt war überwiegend positiv; so wird auf einem Blog kommentiert: „Blanc and Amoneau seem to have awoken a latent and widespread

14 <http://comicansproject.tumblr.com/> (29. März 2018).

appreciation of the font – as if the world had been waiting for someone to say: It’s OK to love *Comic Sans* again“ (XII).



Abb. 5: Beispielhafte Logos des *Comic Sans* Project, aus: https://assets.awwwards.com/awards/images/2013/09/07_comic-sans-project.png (02. April 2018)

Die Frage, warum die Logos bei den RezipientInnen so gut aufgenommen wurden, ist durchaus berechtigt, schließlich handelt es sich bspw. beim Firmenlogo von Kodak weder um einen informellen oder verspielten Inhalt, mit dem die Konnotationen von *Comic Sans* kongruieren würden, noch sind Kinder die Zielgruppe der Marke – und dennoch wurde das Logo als ästhetisch ansprechend wahrgenommen. Dies mag einerseits daran liegen, dass die Logos von Designern kreiert wurden und demnach die Gesamtgestaltung (d. h. auch die Farben, die Anordnung der Elemente etc.) stimmig ist, und andererseits daran, dass es sich bei der Schrift in den Logos um kurze Textpassagen handelt, die beim Aufrufen des Blogs selbstredend digital, d. h. am Bildschirm angezeigt werden. Genau diese beiden Aspekte wurden in Abschnitt 3.1.2 als jene materiellen Rahmenbedingungen genannt, in denen *Comic Sans* typographisch am besten zur Geltung kommt.

Das *Comic Sans Project* hatte nicht lange Bestand – der aktuellste Post wurde 2012 veröffentlicht –, doch kam es zu einem kritischen Zeitpunkt in der ‚Hassbewegung‘ gegen *Comic Sans* auf und schwächte diese zumindest teilweise ab.

Seither ist dieses Projekt ein Beispiel für *Comic Sans*-Schriftprodukte, die als gelungen gelten und beweisen: Es geht auch anders. Eine gänzlich pauschale und absolute Stigmatisierung der Schrift wird damit negiert.

3.2.3 Leserlichkeit für Menschen mit Leseschwächen

Interessant ist seitens der ‚AnhängereInnen‘ der Schrift die Einbeziehung eines perceptuellen Arguments: die Leserlichkeit von *Comic Sans*. Dies stellt einen bemerkenswerten Bruch mit der rein ästhetisch bedingten Gegenargumentation dar.

Anfang 2017 verhalf ein oft geteilter Blogbeitrag mit dem programmatischen Titel „Hating Comic Sans is ableist“¹⁵ diesem Leserlichkeitsargument im Rahmen des metapragmatischen Diskurses zu großer Aufmerksamkeit. Dieser Aspekt der Debatte war zwar zu diesem Zeitpunkt nicht als gänzlich neu einzustufen, doch war er zuvor nicht dominant genug gewesen, um ein ernst zu nehmendes Gegengewicht für die ästhetisch gefärbte Argumentation der GegneInnenseite darzustellen. Im Zentrum dieses Arguments steht nicht die generelle Leserlichkeit von *Comic Sans*, sondern die Leserlichkeit für Personen, die an Legasthenie oder anderen Lese- und Rechtschreibschwächen leiden. So weisen einige Studien darauf hin, dass *Comic Sans* von diesen Personen besser gelesen wird (vgl. exemplarisch Ismail/Jaafar 2018), und Organisationen wie die *British Dyslexia Association*¹⁶ oder der *Dachverband Legasthenie Deutschland*¹⁷ empfehlen die Schrift oder äußern sich positiv dazu.

So wird auch an einigen Stellen im Diskurs konkret thematisiert, welche materiellen Eigenschaften zur Leserlichkeit von *Comic Sans* beitragen:

- (31) Its letter spacing and legibility tick the right boxes for dyslexic readers, with one exception. The mirrored lowercase ‘b’ and ‘d’ can be easily confusing for a dyslexic reader. (X)

Interessanterweise wird hier „letter spacing“ als positiver Faktor hervorgehoben – eine Eigenschaft der Schrift, die aus ästhetischer Sicht als Mangel dargestellt wird. Außerdem wird die visuelle Distinktivität der einzelnen Zeichen von *Comic Sans* positiv kommentiert, mit der Ausnahme der gespiegelten Zeichen für b und

15 <https://theestablishment.co/hating-comic-sans-is-ableist-bc4a4de87093> (29. März 2018).

16 <https://bdatech.org/what-technology/typefaces-for-dyslexia/> (29. März 2018).

17 <http://www.legasthenieverband.org/comic-sans/> (29. März 2018).

d (s. Aussage 31) – eine Kritik, die allerdings auch auf zahlreiche andere Schriftarten zutrifft. Wird *Comic Sans* nun pauschal abgewertet, so die Hauptaussage der oben genannten Argumentation, so ist dies diskriminierend gegenüber Menschen mit Beeinträchtigungen bzw. Behinderungen, was im Englischen als ‚ableist‘ bezeichnet wird. Auf diese Weise wird hier die ästhetische Argumentation des Gegenübers als nichtig erklärt: Es ist gleichgültig, wie die Schrift aussieht und ob dies jemandem missfällt, solange die Schrift gewisse Personen beim Lesen unterstützen kann.

Die GegnerInnen von *Comic Sans* haben dieses Argument für die Schrift mittlerweile berücksichtigt: So verlinkt auf der Website *Comic Sans Criminal* ein eigener Menüpunkt zu einer Webseite, auf der alternative Schriftarten für Menschen mit Legasthenie präsentiert werden. Dies geht den VertreterInnen der Ansicht, der *Comic Sans*-,Hass‘ sei diskriminierend, allerdings nicht weit genug: Zwar wird von *Comic Sans*-GegnerInnen anerkannt, dass die Schrift einigen Menschen helfen kann, doch genügt dies offenbar nicht, um der Abneigung die Grundlage zu entziehen. Vielmehr dominiert hier die Argumentation, dass es (s. Abschnitt 3.1.3) keine passenden Kontexte für *Comic Sans* gebe, schlicht weil für jeden möglichen Kontext adäquatere Schriftarten verfügbar seien, so in diesem Fall auch leichter leserliche Schriften für Menschen mit Lesebeeinträchtigungen. Dies beruhe allerdings wieder auf der Ästhetik von *Comic Sans* sowie der als ‚angemessener‘ bezeichneten Schriftarten und nicht auf der tatsächlichen Hilfestellung, die diese beim Lesen bieten können. So argumentiert auch die Autorin des Blogbeitrags „Hating Comic Sans is ableist“, die über ihre legasthenische Schwester und deren Vorliebe für *Comic Sans* berichtet, dass die Schriftempfehlungen für Menschen mit Lesebeeinträchtigungen sich nicht immer an der Realität orientieren und dass Menschen, die in *Comic Sans* gesetzten Text am besten lesen können, sich nicht dafür interessieren (müssen), welche Schrift aus ästhetischer Sicht besser geeignet wäre. Notwendigkeit geht hier klar vor Ästhetik und entzieht Letzterer jegliche Argumentationsgrundlage.

4 AkteurInnen

Dieser Abschnitt widmet sich der Frage, wer die AkteurInnen sind, die an den Diskursen zu *Comic Sans* und seiner Verwendung teilnehmen. Hier ist an den einschneidenden Moment in der Geschichte von *Comic Sans* zu erinnern, der für die Untersuchung von Diskursen zu Typographie generell von Bedeutung ist: die Verbreitung von PCs und darauf installierten Schriftarten und Textbearbeitungsprogrammen sowie die wachsende Verfügbarkeit des Internets. Scanlon (2008)

spricht in diesem Zusammenhang von der ‚Demokratisierung des Designs‘. Mit diesem Paradigmenwechsel kommt es zu einer verstärkten Vermischung von AkteurInnen, die einen professionellen Designhintergrund haben bzw. sich in diesem Bereich Wissen angeeignet haben sowie AkteurInnen, die diesbezüglich Laien sind und schlicht die ihnen gegebenen Möglichkeiten ausprobieren – mit mehr oder weniger akzeptablen Ergebnissen. Mit anderen Worten: Nun stand auch Menschen ohne typographisch-kommunikatives ExpertInnen-Wissen die Verwendung typographischer Ressourcen offen, und ihr mangelndes Wissen hinderte sie nicht daran, diese auch zu verwenden.

Bemerkenswert ist in diesem Kontext auch die Tatsache, dass Windows 95 bei seiner Veröffentlichung über lediglich fünf vorinstallierte Schriftarten verfügte – eine von ihnen war *Comic Sans*, die anderen waren *Arial*, *Courier New*, *Times New Roman* und *Wingdings* (vgl. Payne 2017). Im Onlinediskurs wird nun an einigen Stellen vermutet, dass *Comic Sans* inmitten dieser anfangs wenigen Schriften die auf der Hand liegende und damit bevorzugte Schriftart für Situationen darstellte, in denen jemand etwas ‚Ausgefallenes‘ oder ‚Verspieltes‘ suchte, das sich von der Defaultschrift *Times New Roman* und den anderen ihr ähnlichen Schriften (sowie der aus Symbolen bestehenden Schrift *Wingdings*) abhob: „What makes it special is that it’s included in the default font-set on PCs. Which means that many people who wanted a ‚fun‘ font grabbed it, because it was their only option“ (II). Im Vergleich zu den anderen vier Schriftarten stach *Comic Sans* aufgrund seiner Materialität und der damit einhergehenden Konnotationen deutlich heraus. Somit sind einerseits wiederum die übertrieben häufige Verwendung und in Folge die Fehlverwendung der Schrift zu erklären, da zu dieser Zeit einfach keine anderen ‚ausgefallenen‘ Alternativen vorinstalliert existierten, andererseits ist darauf hinzuweisen, dass dies wiederum nur Laien betrifft. Dies wird damit begründet, dass Personen mit typographischem ExpertInnen-Wissen bereits damals wussten, wo sie weitere Schriftarten finden und installieren konnten. Auch später ändert sich an dieser Wissensdiskrepanz nichts: Während es heutzutage nicht unüblich ist, dass auch Laien wissen, wie man Schriftarten findet und installiert, so ist anzunehmen, dass die Mehrheit der BenutzerInnen von Schriftbearbeitungsprogrammen hierfür keine Energie aufwendet und nach wie vor hauptsächlich auf vorinstallierte Schriftarten zurückgreift – zumal das Repertoire hier heutzutage deutlich größer ist.

In den Onlinediskursen herrscht eine gewisse Bewusstheit für die Frage, wer am metapragmatischen Diskurs teilnimmt, womit erneut eine Metaebene über der metapragmatischen Ebene eröffnet wird:

- (32) For many designers, especially those with limited or no knowledge of typography, the hate for comic sans is subjective. (II)

- (33) Designers hate Comic Sans because designers hate anything that's overused, even more so if it's used for the wrong reasons or in the wrong places. (II)
- (34) Nobody hates it, it's an in joke among designers. You should endeavor to use it as often as possible. Designers will hate you but everyone else will see that you're a fun person because it's a fun font. (II)
- (35) Users love it as much as typographers and designers hate it. (XIII)
- (36) While many people clearly love it, others particularly graphic and typeface designers loathe it. (XI)
- (37) It started as an inside joke and a small website, but turned into the strongest anti-font movement currently in existence. (XIV)
- (38) Mention the font's name, and all of a sudden you have people sounding off about kerning and baselines, talking about intended use and readability – people who'd never previously displayed any interest in design whatsoever. (VI)

In diesen Äußerungen wird explizit oder implizit der Wissensstand unterschiedlicher AkteurInnengruppen ausgehandelt. Hier wird deutlich, dass die Ablehnung von *Comic Sans* vor allem DesignerInnen und TypographInnen – wenn zwischen diesen beiden Gruppen eine Unterscheidung getroffen wird, wie in Äußerung 35 – zugeschrieben wird. Dies geht meistens einher mit einer Abgrenzung der verfassenden Personen von diesen AkteurInnen mit professionellem typographischen Hintergrund: Wenn TeilnehmerInnen des Onlinediskurses von DesignerInnen und TypographInnen schreiben und behaupten, die Ablehnung von *Comic Sans* wäre ein Insiderwitz oder hätte zumindest als solcher begonnen, so drücken sie damit also aus, dass sie nicht zu diesen Gruppen gehören. Damit ist jedoch noch keine Aussage über den Wissensstand sowie die Legitimität der Abneigung gegen *Comic Sans* getroffen; so meint der Verfasser von Äußerung 32, dass vor allem DesignerInnen „with limited or no knowledge of typography“ die Schrift ‚hassen‘ würden, und dass die Abneigung subjektiver Natur wäre. Dies ist insofern interessant, als in Abschnitt 3.1.2 gezeigt wurde, dass die fundierte, am Design der Schrift orientierte und damit keineswegs subjektive Kritik hauptsächlich von DesignerInnen und TypographInnen stammt; dies schließt allerdings keineswegs aus, dass auch ein Teil der nicht begründeten Kritik von diesen Gruppen kommt.

In den meisten der angeführten Aussagen stellen sich AkteurInnen ohne professionelles typographisches Hintergrundwissen also über DesignerInnen und TypographInnen, indem sie den ‚Hass‘ gegen *Comic Sans* als nicht ernst zu nehmenden ‚Witz‘ interpretieren und ihm so gewissermaßen seine Legitimität absprechen. Die BenutzerInnen – die User, die in Aussagen wie „users love it“ oder

„while many people clearly love it“ angesprochen werden – mögen *Comic Sans* also durchaus, und es scheint ein Konsens der metapragmatischen Diskurse zu sein, dass sie dies berechtigterweise tun, während die Abneigung seitens anderer Gruppierungen gleichzeitig abgewertet wird – das Spiegelbild der klassischen *Anti-Comic Sans*-Bewegung.

Äußerung 38 hält dem entgegen, dass die Diskussion rund um die Schrift auch unqualifizierte Meinungen von Personen ohne Designhintergrund hervorruft – dies impliziert, dass die Demokratisierung des Designs nicht nur den Gestaltungsprozess selbst, sondern auch die metapragmatischen Diskurse betrifft. Seitdem allen AkteurInnen gewisse Gestaltungsmöglichkeiten offenstehen, ist es offenbar auch für alle legitim geworden, darüber zu reden und zu urteilen. Die Grenzen zwischen AkteurInnengruppen in Diskussionen um Typographie und visuelle Ressourcen generell sind allmählich verschwommen.

An dieser Stelle soll auch angemerkt werden, dass es im Rahmen einer Diskursanalyse, die sich größtenteils auf Foreneinträge stützt, nicht unbedingt einfach ist, zu eruieren, welchen Gruppen die einzelnen TeilnehmerInnen zuzuordnen sind. Demnach ist es selten transparent, ob eine Aussage von einer Person mit oder ohne professionellem typographischen Wissen getätigt wurde. Als ein mehr oder weniger aussagekräftiger Hinweis kann hier das Forum bzw. die Webseite selbst dienen, auf der die Meinungen geäußert wurden, da solche Portale oftmals dezidiert gewisse Zielgruppen ansprechen. Schlussendlich kann aber auch dies nicht als eindeutiges Indiz gewertet werden, da nicht ausgeschlossen werden kann, dass Personen in diesen Foren aktiv sind, die sich selbst als Teil der Zielgruppe sehen, allerdings harten Kategorisierungen wie „geht einer Design- bzw. typographischen Profession nach“ oder „hat eine typographische Ausbildung“ nicht standhalten.

5 *Comic Sans* offline

Nicht nur im Digitalen wird die Verwendung von *Comic Sans* ausgehandelt, sondern auch in der analogen Realität. Dies bezeugen direkte Reaktionen auf analoge Schriftprodukte, wie die folgenden Abbildungen zeigen. In ihnen sind drei verschiedene Arten von Reaktionen abgebildet: druckschriftliche, handschriftliche und, als spezieller Fall, in Form eines *Ban Comic Sans*-Stickers.



Abb. 6: aus: <https://i.pinimg.com/474x/06/b9/a0/06b9a081909846402faa844abbde3ef--lemonade-stands-comic-sans.jpg> (02. April 2018)



Abb. 7: aus: <https://i.pinimg.com/736x/c3/29/f9/c329f9e3c607e1b4e893ca05cb04d3d8.jpg> (02. April 2018)



Abb. 8: aus: <http://codinghorror.typepad.com/.a/6a0120a85dcdae970b0128776fb284970c-pi> (02. April 2018)

Das Anbringen von Schildern mit den Texten „Please keep the door closed!!! Thank you!!!“ bzw. „Do not lean on airhose!!!“ signalisiert klare Aufforderungen. Diese Tatsache wird von der durchgängigen Verwendung von Majuskeln und der Iteration der Ausrufezeichen deutlich unterstrichen. Weshalb die jeweiligen ProduzentInnen dieser Schriftprodukte *Comic Sans* gewählt haben, kann nicht rekonstruiert werden, doch meinen einige Stimmen im Onlinediskurs, dass *Comic Sans* dazu verwendet werden kann, die Schärfe einer Aufforderung zu mildern, z. B. in der folgenden Aussage:

(39) How can you make a sign that says “please keep the office toilet tidy” without coming across as being passive aggressive? *Comic Sans* could be your solution. (X)

Die Reaktionen beziehen sich hier allerdings nicht auf den Inhalt und eine eventuelle passive Aggressivität, mit der dieser vermittelt wurde, sondern auf die Wahl der Schriftart. Von der ursprünglichen Aussage wird in den Reaktionen nur der Sprechakt der Aufforderung übernommen: So sind die Reaktionen ebenfalls Aufforderungen, und zwar in beiden Fällen, dass *Comic Sans* nicht verwendet werden sollte. Im ersten Beispiel (Abbildung 6), in dem die Reaktion gedruckt auf

einem zusätzlichen Zettel materialisiert ist, der räumlich direkt unter der ursprünglichen Aufforderung positioniert ist, wurde hierfür gedruckte Schrift verwendet, vermutlich in *Arial* oder *Helvetica*. Hier wird die Bitte, *Comic Sans* in diesem Kontext nicht mehr zu verwenden, begründet: Es handle sich um eine Fortune 500-Firma und keinen Limonadenstand. Hierdurch wird auf humoristische Weise ausgedrückt, dass *Comic Sans* für ersteren Kontext nicht die angemessene Wahl ist.

Aus dem zweiten Beispiel in Abbildung 7 wird nicht ersichtlich, wo dieses Schild angebracht ist, und auch die Reaktion lässt hierzu keinerlei Schlüsse zu, da hier lediglich eine analoge Aufforderung produziert wurde, *Comic Sans* nicht zu benutzen – die Verwendung der drei Ausrufezeichen verdeutlicht die Parallelität der beiden Aufforderungen. Interessant sind auch zwei – vermutlich mit Bleistift – geschriebene Kommentare im linken Eck des Blatts Papier: Hier steht zuerst „Better than Papyrus“, womit gemeint ist, dass *Comic Sans* immer noch besser sei als die online ebenfalls ‚verhasste‘ Schriftart *Papyrus*; hierauf folgt wiederum eine Reaktion, nämlich „True“. Von wie vielen AkteurInnen diese insgesamt drei Reaktionen stammen, kann hier nicht beantwortet werden. Zumindest relativieren die zuletzt genannten zwei Reaktionen, wenn sie auch visuell nicht so dominant sind wie die initiale Reaktion, die Ablehnung von *Comic Sans*, da die Aufmerksamkeit auf eine noch unangemessenere Schrift gelenkt wird.

Zuletzt folgt die vermutlich elaborierteste Kritik an *Comic Sans* (Abbildung 8). Nicht mithilfe von gedruckter oder handgeschriebener Schrift, sondern mithilfe eines Stickers kritisiert hier jemand die Verwendung von *Comic Sans* auf einem Preisschild für Luftballongas. Der Sticker zeigt einen Mann sowie die Aufschrift „Ban Comic Sans“, ebenfalls in *Comic Sans* verfasst. Es ist nicht klar, welcher Mann hier abgebildet ist; naheliegend ist, dass hier Vincent Connare, der Designer von *Comic Sans*, abgebildet ist, aber es könnte bspw. auch einer der beiden Gründer von *Ban Comic Sans* oder ein anderer Mann sein. Interessant ist hier, dass die Person, die den Sticker angebracht hat, sich erstens die Mühe machte, diesen Sticker zu erwerben oder selbst zu produzieren. Anschließend hat sie entweder zufällig ein *Comic Sans*-Schriftprodukt entdeckt oder den Sticker gezielt für dieses Schriftprodukt eingesetzt – beides sind mögliche Szenarien. Weshalb die Verwendung von *Comic Sans* auf diesem bestimmten Schriftprodukt abgelehnt wird, kommt nicht zum Ausdruck, doch vertritt die ironische *Ban Comic Sans*-Bewegung die extreme Meinung, die Schrift sollte komplett verboten werden, weshalb vermutlich die reine und nicht etwa eine kontextuell unangemessene Verwendung von *Comic Sans* das Ziel dieser Sticker-Kritik war.

6 Diskussion: Konzeptualisierungen von Typographie

Nicht nur *Comic Sans* ist Gegenstand von Onlinediskursen: Auch Schriften wie *Papyrus* – die bereits im Kontext einer Offlinereaktion zu *Comic Sans* genannt wurde –, *Helvetica*, *Verdana*, *Gill Sans* und andere rufen auseinandergelungene Meinungen hervor, die ebenfalls vor allem im Internet ihren Ausdruck finden. Nicht immer handelt es sich hier um Ablehnung; in den Diskursen rund um *Helvetica* ist sogar hauptsächlich das Gegenteil der Fall, sodass ähnlich der Frage „Warum hassen alle Comic Sans?“ die Frage „What is so good about Helvetica?“¹⁸ aufkommt. Auch hier ist der Aspekt der an den Diskursen teilnehmenden AkteurInnen zentral, denn hier sind es vor allem ‚DesignerInnen und TypographInnen‘, die *Helvetica* lieben, während ‚normale NutzerInnen‘ der Schrift neutral gegenüberstehen oder – seltener – die Schrift aufgrund der für sie unverständlichen Bewunderung von professioneller Seite ablehnen.¹⁹ Die Analyse der *Comic Sans*-Diskurse zeigt Strukturen bzw. Argumentationsmuster, die auch für andere Typographie-Diskurse prägend sind, wobei eine abstraktere Fragestellung lautet: Warum entstehen so emotionale metapragmatische Diskurse zu typographischen Themen?

Zentral für die Beantwortung dieser Frage ist das Konzept der *Angemessenheit*; zu diesem stellt Spitzmüller (2016a: 109) im Kontext graphischer Variation fest:

Angemessenheit ist ein wichtiger Orientierungsrahmen, den wir brauchen, um im kommunikativen Alltag nicht nur uns selbst auszurichten, sondern auch andere aufgrund ihres kommunikativen Handelns einzuschätzen und uns gegenüber positionieren zu können.

Dies wirft jedoch noch einige Unterfragen auf: Wer entscheidet (oder *darf* entscheiden), was angemessen ist? Woran wird festgemacht, was angemessen ist? Allgemeiner formuliert geht es in diesen beiden Fragen einerseits um die Aushandlung von Normen und die Verteilung von kommunikativem Wissen, andererseits um den Inhalt ebendieses kommunikativen Wissens. Beide Aspekte, die Konzeptualisierungen von Typographie wesentlich prägen, sollen in dieser Diskussion thematisiert werden.

¹⁸ <https://graphicdesign.stackexchange.com/questions/44577/what-is-so-good-about-helvetica> (29. März 2018).

¹⁹ Siehe exemplarisch: <http://helveticasux.com/> (29. März 2018).

Typographie ist eine „gestaltbare Hülle des Textes [...], die von soziokulturellen Moden, vom persönlichen Geschmack und der Wirkungsabsicht des Textproduzenten abhängt“ (Stöckl 2004: 16). Hierin steckt bereits die Frage, welche Hülle zu welchem Text passt, und damit verbunden die Wahlmöglichkeit – oder sogar *Wahlpflicht* – seitens der ProduzentInnen, die – anders als früher (vgl. Ludwig 2007) – heutzutage sowohl TextproduzentInnen im Sinne von AutorInnen des Textes sind als auch die GestalterInnen der äußeren Form des Textes. Heutzutage *muss* also meistens von den TextproduzentInnen selbst entschieden werden, welche ‚gestaltbare Hülle‘ sie für einen Text wählen.

In zahlreichen Studien (für einen Überblick s. Brumberger 2003b: 224f.; Shaikh/Chaparro 2016), die sich der Methode des semantischen Differentials bedienen, konnte gezeigt werden, wie die VersuchsteilnehmerInnen Schriftarten in Bezug auf verschiedene Kategorien (hart/weich, schön/hässlich, ruhig/aufgeregt, leise/laut, schwach/stark etc.) bewerten. In diesen Experimenten werden diese Zuschreibungen bewusst und explizit getroffen, doch implizit existieren sie immer und spielen vermutlich bei jeder Entscheidung, welche Schrift für ein Schriftprodukt gewählt wird, eine Rolle – wenn auch unbewusst: Aus diesem Grund wird in den Diskursen analysiert, dass *Comic Sans* dann gewählt wurde, wenn ProduzentInnen eine ‚lustige‘ (‚fun‘) Schrift suchten. Jeder Schriftart werden solche Zuschreibungen zuteil, wobei manche Zuschreibungen universaler, manche individueller sind. Je weniger Zuschreibungen oder je neutraler die Ausprägungen in den einzelnen Kategorien, desto vielseitiger ist eine Schriftart anwendbar. Auch dieser Aspekt wird in den Diskursen zu *Comic Sans* öfter geäußert: „Times New Roman is a font that one can stop noticing; even in large doses it doesn’t come between the reader and the text. [...] Comic Sans... not so much“ (I), oder auch: „The basic theory is that typography should not shout – but Comic Sans shouts“ (VIII). Mit dieser Neutralität oder Nicht-Neutralität geht eine weitere Dichotomie einher, die zum Teil auch in die *Comic Sans*-Diskurse Einzug gefunden hat: Leserlichkeit vs. Ästhetik. Hier handelt es sich um zwei Faktoren, die die Verwendung von Schriften einschränken kann, doch in welchem hierarchischen Verhältnis sie zueinander stehen, hängt von den jeweiligen ProduzentInnen ab: DesignerInnen wägen so vermutlich zunächst ab, welche Schriftarten in einem Kontext ästhetisch passen, und erst dann, welche von den übrigbleibenden Varianten am leserlichsten ist; für die ebenfalls angesprochenen Personen mit Beeinträchtigungen des Lesens und Schreibens ist die Ästhetik hingegen nachrangig. In der Forschung ist Leserlichkeit ein Anliegen der Psychologie bzw. Psycholinguistik, während die Ästhetik von der Typographie selbst

behandelt wird²⁰ – und Bewertungen der Ästhetik sowie ihrer Konsequenzen wie im Falle des vorliegenden Beitrags von der Soziolinguistik.

Die soziosemiotische ‚Vorbelastung‘ einer Schrift ist den ProduzentInnen nun oftmals nicht bewusst – dies trifft nicht nur auf typographische Laien, sondern häufig auch auf Personen mit typographischem Wissen zu (vgl. Bartram 1982). ‚Nicht bewusst‘ bedeutet allerdings nicht, dass das für eine angemessene Verwendung einer gegebenen Schriftart notwendige Wissen nicht zumindest implizit vorhanden ist. Dieses Wissen inkludiert die Kompetenz, auf folgende Fragen antworten zu können: Wer ist der Produzent/die Produzentin eines Schriftprodukts und wie viel bzw. was genau von ihm/ihr soll in der Gestalt des Textes durchscheinen? Wer sind die AdressatInnen – was sind ihre Erwartungen und Bedürfnisse? Wovon handelt der Text des Schriftprodukts; was ist sein Inhalt, was soll damit bezweckt werden? Schlussendlich auch: Wo, d. h. in welchem räumlichen, situativen, zeitlichen, kulturellen, historischen etc. Kontext wird ein Schriftprodukt veröffentlicht und wie gestaltet sich die Wechselwirkung zwischen dem Schriftprodukt und dem Kontext (vgl. Spitzmüller 2016a: 109)? Schriver (1997: 283) fasst alle diese Fragen unter dem Begriff *rhetorical appropriateness* zusammen: „the relationship between the typeface, the purpose of the document, its genre, the situation, and the audience’s needs, desires, and purposes“. Unangemessene Verwendungen kommen nun dann zustande, wenn die Verwendung einer Schriftart nicht mit einem – oder mehreren – dieser Aspekte kongruiert, wobei Diskrepanzen hier unterschiedlich schwer wiegen und in jedem Fall individuell bewertet werden müssen.

Damit wäre genannt, worin die typographischen Aspekte des kommunikativen Wissens bestehen, die für eine angemessene Verwendung graphischer Varianten notwendig sind. Offen bleibt die Frage, wie ebendieses Wissen verteilt ist. Diese Frage ist insofern zentral, als die hier beschriebenen Diskurse rund um *Comic Sans* im Wesentlichen eine Aushandlung von kommunikativem Wissen sind sowie dessen, wer was darf – und wer nicht. Die NutzerInnen sind überhaupt der Knotenpunkt der Diskussion um typographische Angemessenheit, da sie es sind,

die aufgrund ihres kommunikativen Wissens bestimmten Gestaltungsformen aktiv (sowohl in der Produktion als auch in der Rezeption) Bedeutung bzw. Funktionalität zuschreiben (oder auch nicht), weshalb die ‚Bedeutung‘ eines gestalteten Texts auch nicht unabhängig

20 Hier kommt es auch zu Überschneidungen; so zeigen Untersuchungen (bspw. Hazlett et al. 2013), dass die Ästhetik von Schriften ihre Lesbarkeit beeinflusst. Umgekehrt können die Lesbarkeit und auch die Lesbarkeit (zu einer Abgrenzung dieser Begriffe s. Meletis 2015: 169f.) von Schriften bzw. Texten die Einstellungen von RezipientInnen zu ebendiesen beeinflussen.

von bestimmten Akteursperspektiven (und auch nicht nur allein aus der Produktionsperspektive heraus) beschrieben werden kann.

(Spitzmüller 2016b: 108)

Typographie ist diesbezüglich heutzutage nach wie vor ein ambivalenter Gegenstand. Einerseits ist sie „eine Geheim‘wissenschaft‘“, „eine Nische der Sprach- und Kunstdiskussion, die sich eine heimliche Exklusivität bewahrt hat“ und von der es „nur ganz wenige ‚Experten‘“ gibt (Günther 1990: 92). Andererseits wird Design gleichzeitig „demokratisiert“ (Scanlon 2008) und Typographie entwickelt sich zur „valid cultural expression, alongside architecture, fashion,²¹ art, and theatre. Public discussions about typefaces such as *Comic Sans* are a necessary part of this process“. Es ist diese Diskrepanz, gleichzeitig eine „Geheimwissenschaft“ und ein kulturelles Gut, das alle betrifft, zu sein, die für Spannungen zwischen AkteurInnen mit unterschiedlichem Wissensstand konstitutiv ist.

7 Conclusio

Die ‚Demokratisierung‘ von Design und Typographie, ermöglicht durch die Verbreitung des PCs und den damit verbundenen Optionen der Schriftgestaltung, hat zu emotionalen Diskursen geführt, in denen unterschiedliche Gruppen von AkteurInnen aushandeln, was typographisch ‚(un)angemessen‘ ist. Die Diskurse zu *Comic Sans*, in denen sich eine differenzierte Sichtweise auf die im Internet laute Ablehnung gegen die Schrift abzeichnet, sind dafür ein markantes Beispiel. Auf beiden Seiten stehen Laien und ExpertInnen – eine Seite spricht sich mit verschiedenen Argumenten für die kreative Wahlfreiheit von ProduzentInnen aus und spricht dem ‚Hass‘ gegen *Comic Sans* seine Legitimität ab, während die andere Seite – teils bewusst, teils unbewusst – implizite Normen zur angemessenen Verwendung von Typographie forciert. Insgesamt kann resümiert werden, dass die Materialität von Schrift ein – vor allem auch digitaler – Schauplatz hitziger und soziosemiotisch aufgeladener Debatten ist und deshalb in der Untersuchung digitalen Schreibens zukünftig noch mehr Beachtung finden muss.

²¹ Bzgl. der Nennung von Mode in diesem Kontext ist die Beobachtung nennenswert, dass die (unangemessene) Verwendung von *Comic Sans* ausgesprochen häufig mit modischen Vergleichen gefasst wird: *Comic Sans* zu verwenden ist demnach bspw. wie in Crocs zu einer Hochzeit zu erscheinen oder in einem Clownskostüm auf einen Ball zu gehen.

Literatur

Primärquellen

Foren und Frage-Antwort-Portale

- I: https://www.reddit.com/r/OutOfTheLoop/comments/1xxwy9/why_does_everyone_hate_comic_sans/
- II: <https://www.quora.com/What-is-bad-about-the-Comic-Sans-font>
- III: https://www.reddit.com/r/NoStupidQuestions/comments/7c4q1n/why_do_people_hate_comic_sans/
- IV: https://www.reddit.com/r/OutOfTheLoop/comments/2u5w1a/why_does_everyone_hate_the_font_comic_sans_what/
- V: https://www.reddit.com/r/OutOfTheLoop/comments/2myaly/why_does_everyone_hate_comic_sans_so_much_i_never/

Blogeinträge und Online-Zeitungsartikel

- VI: <https://melmagazine.com/stop-hating-on-comic-sans-b13c75a121b1>
- VII: <https://designforhackers.com/blog/comic-sans-hate/>
- VIII: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/mar/28/how-we-made-font-comic-sans-typography>
- IX: <http://www.bbc.com/news/magazine-11582548>
- X: <https://blog.prototypr.io/you-hate-comic-sans-you-dont-know-anything-about-typography-5133fbd4c8c4>
- XI: <http://www.latrobe.edu.au/news/articles/2008/opinion/ban-comic-sans>
- XII: <https://mashable.com/2011/12/12/comic-sans-project/#FYSWegJx9uq8>
- XIII: <http://www.typophile.com/node/12432>
- XIV: <https://mashable.com/2012/10/03/comic-sans-history/>

Alle Primärquellen wurden zuletzt eingesehen am 29. März 2018.

Sekundärquellen

- Bartram, David. 1982. The perception of semantic quality in type: differences between designers and non-designers. *Information Design Journal* 3(1), 38–50.
- Brumberger, Eva R. 2003a. The rhetoric of typography: the persona of typeface and text. *Technical Communication* 50(2), 206–223.
- Brumberger, Eva R. 2003b. The rhetoric of typography: the awareness and impact of typeface appropriateness. *Technical Communication* 50(2), 224–231.

- Erickson, Christine. 2012. Not my type: why the web hates Comic Sans. <<https://mashable.com/2012/10/03/comic-sans-history/>> (29. März 2018).
- Fraas, Claudia; Christian Pentzold. 2008. Online-Diskurse – Theoretische Prämissen, methodische Anforderungen und analytische Befunde. In Ingo H. Warnke; Jürgen Spitzmüller (Hgg.), *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene* (Linguistik – Impulse & Tendenzen 31). Berlin & Boston: de Gruyter, 287–322.
- Garfield, Simon. 2010. *Just my type. A book about fonts*. London: Profile Books.
- Günther, Hartmut. 1990. Typographie, Orthographie, Graphetik. Überlegungen zu einem Buch von Otl Aicher. In Christian Stetter (Hg.), *Zu einer Theorie der Orthographie. Interdisziplinäre Aspekte gegenwärtiger Schrift- und Orthographieforschung* (Reihe Germanistische Linguistik 99). Tübingen: Niemeyer, 90–103.
- Hazlett, Richard L.; Kevin Larson; A. Dawn Shaikh; Barbara S. Chaparo. 2013. Two studies on how a typeface congruent with content can enhance onscreen communication. *Information Design Journal* 20(3), 207–219.
- Hudgins, Lauren. 2017. Hating Comic Sans is ableist. <<https://theestablishment.co/hating-comic-sans-is-ableist-bc4a4de87093>> (29. März 2018).
- Ismail, Rozita; Azizah Jaafar. 2018. High readability of font type and font size among dyslexic students. *Advanced Science Letters* 24(2), 1475–1478.
- Lischka, Konrad. 2008. Schauder-Schrift Comic Sans: Diese Zeichen hasst das Internet. *Spiegel Online* vom 03.06.2008. <<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/schauder-schrift-comic-sans-diese-zeichen-hasst-das-netz-a-557300.html>> (29. März 2018).
- Ludwig, Otto. 2007. Skripte. Konturen einer Konzeption. *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 35(3), 376–396.
- Mackiewicz, Jo; Rachel Moeller. 2004. Why people perceive typefaces to have different personalities. In *Proceedings of the Professional Communication Conference 2004*. Minneapolis: IEEE, 304–313.
- Mayring, Philipp. 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 12., überarbeitete Auflage. Weinheim & Basel: Beltz.
- Meletis, Dimitrios. 2015. *Graphetik. Form und Materialität von Schrift*. Glückstadt: Werner Hülsbusch.
- Murphy, Keith M. 2017. Fontroversy! Or, How to care about the shape of language. In Jillian R. Cavanaugh; Shalini Shankar (Hgg.), *Language and materiality. Ethnographic and theoretical explorations*. Cambridge et al.: Cambridge University Press, 63–86.
- Osgood, Charles E.; George J. Suci; Percy H. Tannenbaum. 1957. *The measurement of meaning*. Champaign: University of Illinois Press.
- Payne, Thomas. 2017. Hate Comic Sans? You don't know anything about typography. <<https://blog.prototypr.io/you-hate-comic-sans-you-dont-know-anything-about-typography-5133fbd4c8c4>> (29. März 2018).
- Scanlon, Christopher. 2008. Ban Comic Sans. <<http://www.latrobe.edu.au/news/articles/2008/opinion/ban-comic-sans>> (29. März 2018).
- Schriver, Karen. 1997. *Dynamics in document design: creating texts for readers*. New York: Wiley.
- Schwan, Esther. 2017. Memes. <<http://www.digitalwiki.de/memes/>> (30. März 2018).
- Shaikh, Dawn; Barbara Chaparro. 2016. Perception of fonts: perceived personality traits and appropriate uses. In Mary C. Dyson; Ching Y. Suen (Hgg.), *Digital fonts and reading* (Series on Language Processing, Pattern Recognition, and Intelligent Systems 1). Singapur u.a.: World Scientific, 226–247.

- Spitzmüller, Jürgen. 2013. *Graphische Variation als soziale Praxis. Eine soziolinguistische Theorie skripturaler ‚Sichtbarkeit‘* (Linguistik – Impulse & Tendenzen 56). Berlin & Boston: de Gruyter.
- Spitzmüller, Jürgen. 2016a. Schrift als materielles, soziales und ideologisches Phänomen. In Jürgen Schiewe (Hg.), *Angemessenheit. Einsichten in Sprachgebräuche* (Valerio 18). Göttingen: Wallstein, 97–110.
- Spitzmüller, Jürgen. 2016b. Typographie – Sprache als Schriftbild. In Nina-Maria Klug; Hartmut Stöckl (Hgg.), *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext* (Handbücher Sprachwissen 7). Berlin & Boston: de Gruyter, 99–120.
- Stöckl, Hartmut. 2004. Typographie: Körper und Gewand des Textes. Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. *Zeitschrift für Angewandte Linguistik* 41, 5–48.