

BIBLIOTHEK DER MEDIENGESTALTUNG

Peter Bühler
Patrick Schlaich
Dominik Sinner

Visuelle Kommunikation

Wahrnehmung · Perspektive · Gestaltung

 Springer Vieweg

Bibliothek der Mediengestaltung

Konzeption, Gestaltung, Technik und Produktion von Digital- und Printmedien sind die zentralen Themen der Bibliothek der Mediengestaltung, einer Weiterentwicklung des Standardwerks Kompendium der Mediengestaltung, das in seiner 6. Auflage auf mehr als 2.700 Seiten angewachsen ist. Um den Stoff, der die Rahmenpläne und Studienordnungen sowie die Prüfungsanforderungen der Ausbildungs- und Studiengänge berücksichtigt, in handlichem Format vorzulegen, haben die Autoren die Themen der Mediengestaltung in Anlehnung an das Kompendium der Mediengestaltung neu aufgeteilt und thematisch gezielt aufbereitet. Die kompakten Bände der Reihe ermöglichen damit den schnellen Zugriff auf die Teilgebiete der Mediengestaltung.

Weitere Bände in der Reihe: <http://www.springer.com/series/15546>

Peter Bühler
Patrick Schlaich
Dominik Sinner

Visuelle Kommunikation

Wahrnehmung – Perspektive – Gestaltung

Peter Bühler
Affalterbach, Deutschland

Dominik Sinner
Konstanz-Dettingen, Deutschland

Patrick Schlaich
Kippenheim, Deutschland

ISSN 2520-1050
Bibliothek der Mediengestaltung
ISBN 978-3-662-53769-5
DOI 10.1007/978-3-662-53770-1

ISSN 2520-1069 (electronic)
ISBN 978-3-662-53770-1 (eBook)

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

Springer Vieweg

© Springer-Verlag GmbH Deutschland 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

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

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Vieweg ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer-Verlag GmbH Deutschland

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

The Next Level – aus dem Kompendium der Mediengestaltung wird die Bibliothek der Mediengestaltung.

Im Jahr 2000 ist das „Kompendium der Mediengestaltung“ in der ersten Auflage erschienen. Im Laufe der Jahre stieg die Seitenzahl von anfänglich 900 auf 2700 Seiten an, so dass aus dem zunächst einbändigen Werk in der 6. Auflage vier Bände wurden. Diese Aufteilung wurde von Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, sehr begrüßt, denn schmale Bände bieten eine Reihe von Vorteilen. Sie sind erstens leicht und kompakt und können damit viel besser in der Schule oder Hochschule eingesetzt werden. Zweitens wird durch die Aufteilung auf mehrere Bände die Aktualisierung eines Themas wesentlich einfacher, weil nicht immer das Gesamtwerk überarbeitet werden muss. Auf Veränderungen in der Medienbranche können wir somit schneller und flexibler reagieren. Und drittens lassen sich die schmalen Bände günstiger produzieren, so dass alle, die das Gesamtwerk nicht benötigen, auch einzelne Themenbände erwerben können. Deshalb haben wir das Kompendium modularisiert und in eine Bibliothek der Mediengestaltung mit 26 Bänden aufgeteilt. So entstehen schlanke Bände, die direkt im Unterricht eingesetzt oder zum Selbststudium genutzt werden können.

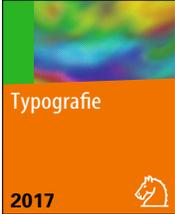
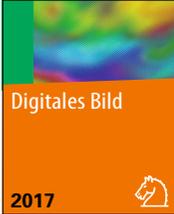
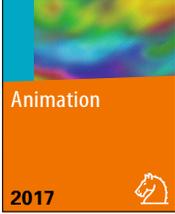
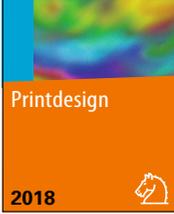
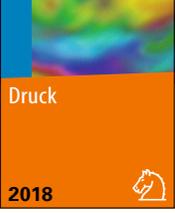
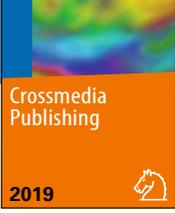
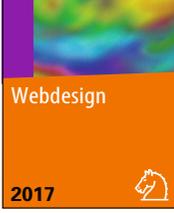
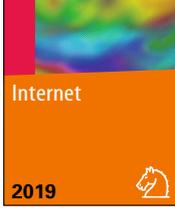
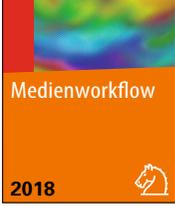
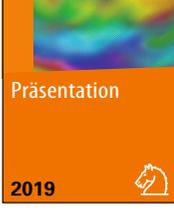
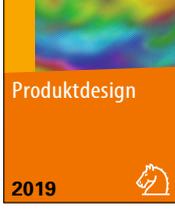
Bei der Auswahl und Aufteilung der Themen haben wir uns – wie beim Kompendium auch – an den Rahmenplänen, Studienordnungen und Prüfungsanforderungen der Ausbildungs- und Studiengänge der Mediengestaltung orientiert. Eine Übersicht über die 26 Bände der Bibliothek der Mediengestaltung finden Sie auf der rechten Seite. Wie Sie sehen, ist jedem Band eine Leitfarbe zugeordnet, so dass Sie bereits am Umschlag erkennen,

welchen Band Sie in der Hand halten. Die Bibliothek der Mediengestaltung richtet sich an alle, die eine Ausbildung oder ein Studium im Bereich der Digital- und Printmedien absolvieren oder die bereits in dieser Branche tätig sind und sich fortbilden möchten. Weiterhin richtet sich die Bibliothek der Mediengestaltung auch an alle, die sich in ihrer Freizeit mit der professionellen Gestaltung und Produktion digitaler oder gedruckter Medien beschäftigen. Zur Vertiefung oder Prüfungsvorbereitung enthält jeder Band zahlreiche Übungsaufgaben mit ausführlichen Lösungen. Zur gezielten Suche finden Sie im Anhang ein Stichwortverzeichnis.

Ein herzliches Dankeschön geht an Herrn Engesser und sein Team des Verlags Springer Vieweg für die Unterstützung und Begleitung dieses großen Projekts. Wir bedanken uns bei unserem Kollegen Joachim Böhringer, der nun im wohlverdienten Ruhestand ist, für die vielen Jahre der tollen Zusammenarbeit. Ein großes Dankeschön gebührt aber auch Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern, die uns in den vergangenen fünfzehn Jahren immer wieder auf Fehler hingewiesen und Tipps zur weiteren Verbesserung des Kompendiums gegeben haben.

Wir sind uns sicher, dass die Bibliothek der Mediengestaltung eine zeitgemäße Fortsetzung des Kompendiums darstellt. Ihnen, unseren Leserinnen und Lesern, wünschen wir ein gutes Gelingen Ihrer Ausbildung, Ihrer Weiterbildung oder Ihres Studiums der Mediengestaltung und nicht zuletzt viel Spaß bei der Lektüre.

Heidelberg, im Frühjahr 2017
Peter Bühler
Patrick Schlaich
Dominik Sinner

 <p>Visuelle Kommunikation 2017</p>	 <p>Digitale Farbe 2018</p>	 <p>Typografie 2017</p>	 <p>Digitales Bild 2017</p>	 <p>Digitale Fotografie 2017</p>
 <p>Zeichen und Grafik 2017</p>	 <p>AV-Medien 2018</p>	 <p>Animation 2017</p>	 <p>Printdesign 2018</p>	 <p>Druckvorstufe 2018</p>
 <p>Druck 2018</p>	 <p>Crossmedia Publishing 2019</p>	 <p>PDF 2018</p>	 <p>Webdesign 2017</p>	 <p>HTML5 und CSS3 2017</p>
 <p>Webtechnologien 2018</p>	 <p>Digital Publishing 2018</p>	 <p>Datenmanagement 2019</p>	 <p>Informationstechnik 2019</p>	 <p>Internet 2019</p>
 <p>Medienrecht 2017</p>	 <p>Medienmarketing 2019</p>	 <p>Medienworkflow 2018</p>	 <p>Präsentation 2019</p>	 <p>Produktdesign 2019</p>
 <p>Designgeschichte 2019</p>				

Bibliothek der Mediengestaltung
Titel und Erscheinungsjahr

1	Kommunikation	2
1.1	Typologie der Medien	2
1.1.1	Komplexität des Übertragungskanals	2
1.1.2	Sinneskanal des Mediennutzers	3
1.1.3	Dimension des Mediums	3
1.2	Kommunikationsmodelle	4
1.2.1	Kommunikationsmodell von Shannon & Weaver	4
1.2.2	Kommunikationsmodell von Paul Watzlawick	5
1.2.3	Kommunikationsmodell von Friedemann Schulz von Thun	7
1.2.4	Kommunikationsmodell von Harold Dwight Lasswell	8
1.2.5	AIDA-Modell	9
1.3	Aufgaben	10
2	Wahrnehmung	12
2.1	Informationen wahrnehmen	12
2.2	Visuelle Wahrnehmung	13
2.2.1	Mit den Augen sehen	13
2.2.2	Mit allen Sinnen wahrnehmen	13
2.2.3	Gesichtsfeld – optische Spannung	14
2.3	Optische Täuschungen	15
2.4	Bilder	20
2.5	Semiotik	22
2.5.1	Zeichen in der Welt	22
2.5.2	Saussure und Peirce	22
2.5.3	Drei Zeichenkategorien	22
2.5.4	Drei Zeichendimensionen	24
2.5.5	Erlernen der Bedeutung	25
2.5.6	Grafische Zeichenarten	25
2.6	Leserlichkeit	26
2.6.1	Lesen	26
2.6.2	Buchstaben und Wörter	26
2.6.3	Zeilen und Seite	27
2.7	Aufgaben	28

3	Gestaltgesetze	30
3.1	Gestaltpsychologie	30
3.2	Gesetz von der einfachen Gestalt	31
3.3	Gesetz der Nähe	32
3.4	Gesetz der Gleichheit	33
3.5	Gesetz der Geschlossenheit.....	34
3.6	Gesetz der Erfahrung	35
3.7	Gesetz der Konstanz.....	36
3.8	Gesetz der Figur-Grund-Trennung	37
3.9	Aufgaben	38
4	Gestaltungselemente	40
4.1	Vakanzfläche – Platz für Ideen	40
4.2	Format.....	41
4.3	Gleichgewicht	42
4.4	Gewichtung	43
4.5	Richtung	44
4.6	Dynamik, Spannung, Bewegung	45
4.7	Symmetrie – Asymmetrie.....	46
4.8	Umfeld.....	47
4.9	Unterteilung und Struktur	48
4.9.1	Goldener Schnitt	48
4.9.2	Arithmetische Folge / Reihe	49
4.9.3	Geometrische Folge / Reihe.....	49
4.10	Aufgaben	50
5	Perspektive	52
5.1	Geschichte der Perspektive	52

5.2	Der Standpunkt des Betrachters	56
5.2.1	Augenhöhe und Horizont	56
5.2.2	Ebenen und Linien	57
5.3	1-Punkt-Perspektive	58
5.3.1	Freie Zeichnung	58
5.3.2	Konstruktion	59
5.4	2-Punkt-Perspektive	60
5.4.1	Freie Zeichnung	60
5.4.2	Konstruktion	61
5.4.3	Raumdarstellung in der 1- und 2-Punkt-Perspektive	63
5.5	3-Punkt-Perspektive	64
5.5.1	Vogelperspektive	64
5.5.2	Froschperspektive	64
5.6	Kreise und Ellipsen	65
5.6.1	Konstruktion	65
5.6.2	Besondere Formen	65
5.7	Licht und Schatten	67
5.7.1	Künstliche Lichtquelle	67
5.7.2	Natürliche Lichtquelle – die Sonne	68
5.7.3	Kern- und Halbschatten	68
5.8	Luft- und Farbperspektive	70
5.8.1	Ursache und Wirkung	70
5.8.2	Umsetzung in der Gestaltung	71
5.9	Aufgaben	72

6 Farben **74**

6.1	Die Farben des Regenbogens	74
6.1.1	Additive Farbmischung – Lichtfarben	74
6.1.2	Subtraktive Farbmischung – Körperfarben	75
6.2	Farbwirkung	76
6.3	Farbkontrast	78
6.3.1	Simultankontrast	78
6.3.2	Komplementärkontrast	79
6.3.3	Warm-kalt-Kontrast	79
6.3.4	Hell-Dunkel-Kontrast	80
6.3.5	Quantitätskontrast	80
6.3.6	Qualitätskontrast	81
6.3.7	Farbe-an-sich-Kontrast	81
6.4	Farbharmonie	82

6.4.1 Gleichabständige Farbkombinationen 82
6.4.2 Nebeneinanderliegende Farbkombinationen 82
6.4.3 Variation der Sättigung und Helligkeit eines Farbtons 82
6.5 Farbkonstanz und Farbassoziation..... 83
6.5.1 Farbkonstanz..... 83
6.5.2 Farbassoziation 83
6.6 Aufgaben 88

7 Anhang 90

7.1 Lösungen 90
7.1.1 Kommunikation..... 90
7.1.2 Wahrnehmung 91
7.1.3 Gestaltgesetze 93
7.1.4 Gestaltungselemente 95
7.1.5 Perspektive 96
7.1.6 Farben 98
7.2 Links und Literatur 100
7.3 Abbildungen 101
7.4 Index 102

1.1 Typologie der Medien

Das Wort Kommunikation hat seinen Ursprung in der lateinischen Sprache: *communicatio* – Mitteilung, *communi-care* – teilhaben, *communis* – gemeinsam. Kommunikation bedeutet also Verbindung, Austausch von Information und Verständigung zwischen Menschen. Der Begriff visuelle Kommunikation beschreibt, dass der wichtigste Kanal der Informationsübertragung das Sehen, lat. *visus* – Sehen, ist.

Bevor Sie die einzelnen Dimensionen der visuellen Kommunikation kennenlernen, möchten wir Ihnen einige theoretische Grundlagen zur Typologie der Medien und verschiedene Kommunikationsmodelle vorstellen. Diese Grundlagen sollen Sie bei der späteren Einordnung und Umsetzung in der Mediengestaltung unterstützen.

Der Begriff *Medium* hat je nach Kontext und Konnotation ganz unterschiedliche Bedeutungen. In der Kommunikationswissenschaft wird mit *Medium* meist das Kommunikationsmittel, aber auch der Kommunikationsweg oder die jeweiligen Übertragungskanäle bezeichnet.

1.1.1 Komplexität des Übertragungskanals

Der deutsche Sozialwissenschaftler Harry Pross stellte 1970 seine Einteilung der Medien in primäre, sekundäre und tertiäre Medien vor.

Primäre Medien

Die primäre Kommunikation findet direkt zwischen Menschen statt. Weder Sender noch Empfänger brauchen technische Hilfsmittel zur Übermittlung bzw. zum Empfang der Informationen. In die primäre Kommunikation können alle Sinne des Menschen, z. B. auch Tasten und Riechen, einbezogen werden.



Im Gespräch

Übertragungskanal: primäre Medien

Sender → Empfänger

Sekundäre Medien

Auf der Seite des Senders werden technische Mittel zur Kommunikation eingesetzt. Der Empfänger der Botschaft braucht keine Geräte zur Rezeption. Die sekundären Medien setzen aber beim Empfänger eine größere Medienkompetenz als die primären Medien voraus. Der Empfänger muss lesen können und die oft symbolische Botschaft eines Bildes oder einer Grafik verstehen können. Alle Printmedien gehören in die Kategorie der sekundären Medien.



Als Plakat oder Piktogramm