

Susanne P. Radtke / Patricia Pisani / Walburga Wolters

H A N D B U C H

Visuelle Medien- gestaltung

Visuelle Sprache

*Grundlagen
der Gestaltung*

*Konzeption
digitaler Medien*

fbrnlsen

Inhaltsverzeichnis

TeilA

Die visuelle Sprache

1	Gibt es eine Bildsprache?	11
2	Die Wahrnehmung	13
2.1	Der Wahrnehmungsprozess.	13
2.2	Räumliches Wahrnehmen.	15
2.3	Visuelles Gleichgewicht	18
2.4	Gesetzmäßigkeiten der Wahrnehmung.	24
2.5	Optische Täuschungen.	30

TeilB

Die Elemente im Design

1	Die Form	35
1.1	Die Grundeinheiten.	35
1.1.1	Der Punkt	35
1.1.2	Vom Punkt zur Linie.	43
1.1.3	Von der Linie zur rechteckigen Fläche.	48
1.1.4	Die Form.	53
1.2	Ordnungssysteme.	55
2	Die Farbe.	61
2.1	Definition der Farbe.	62
2.2	Entstehung und Mischung der Farbe.	65
2.2.1	Physikalische und physiologische Aspekte der Farbe... .	65
2.2.2	Die additive Mischung	66
2.2.3	Die subtraktive Mischung	68
2.3	Farbordnung und Farbmodelle... .	70
2.3.1	Die Web-Farbpalette.	72
2.3.2	Farbton/Sättigung/Helligkeit (HSB-Modell).	74
2.4	Farbwirkungen.	75
2.4.1	Funktionale und formale Wirkungen.	78

2.5	Farbempfindung und Anmutung der Farbe.	79
2.6	Farbsymbolik und Farbmarketing	82
2.7	Das Zusammenspiel der Farben: Farbkontraste und Farbharmonien	84
2.8	Farben in der Praxis.	90
2.9	Übungen zum Thema Farbe.	93

16-seitiger Farbteil.	97
-------------------------------	----

3	Die Typografie.	113
3.1	Die Lesbarkeit	114
3.2	Typografische Fachbegriffe.	123
3.3	Typografischer Knigge.	127
3.4	Typografie im Raster.	133
3.5	Schriftentwicklung und Klassifizierung.	143
3.5.1	Die Geschichte der Schrift	144
3.5.2	Schriftenklassifikation nachDIN-Norm	152
	• Gruppe I: Venezianische Renaissance-Antiqua	155
	• Gruppe II: Französische Renaissance-Antiqua	156
	• Gruppe III: Barock-Antiqua	158
	• Gruppe IV: Klassizistische Antiqua	160
	• Gruppe V: Serifenbetonte Linear-Antiqua	162
	• Gruppe VI: Serifenlose Linear- Antiqua (Grotesk/Sans-Serif)... .	164
	• Gruppe VII: Antiqua-Varianten... .	166
	• Gruppe VIII: Schreibschriften	166
	• Gruppe IX: Handschriftliche Antiqua	166
	• Gruppe X: Gebrochene Schriften	166
	• Gruppe XI: Fremde Schriften	167
3.6	Schriftcharakter und Typotrends.	171
3.7	Typo kreativ.	175
3.8	Checkliste zur Fehlervermeidung.	177

4	DieZeichen	179	2.2	DerContent	235
4.1	Kommunikationsprozess: Der Austausch von Zeichen.	179	2.3	Die Navigationsstruktur.	237
4.1.1	Der syntaktische Aspekt der Zeichen: Wie wird etwas dargestellt?.	180	2.4	Usability und intuitive Navigation	240
4.1.2	Der semantische Aspekt der Zeichen: Was wird dargestellt?.	181	2.5	Accessibility.	241
4.1.3	Der pragmatische Aspekt des Zeichens: Welchen Zweck und welche Wirkung hat das Zeichen ?..	183	2.6	Hyperlinks.	243
4.1.4	Zeichensysteme.	185	2.7	Navigations-und Orientierungslinks.	245
4.1.5	Code.	186	3	Die Gestaltung des einzelnen Screens.	248
4.1.6	Zielgruppe.	187	4	Die Gestaltungsvariablen.	249
4.1.7	Bedingungen für einen Kommunikationsprozess.	188	4.1	Die Position der Seitenelemente..	250
4.2	Visuelle Zeichenarten: Das Zeichen- repertoire der visuellen Sprache . .	191	4.2	Proportionen.	254
4.3	Zeichenentwurf: Wege zur Formfindung.	198	4.3	Die Strukturierung des Content- Bereichs.	255
4.3.1	Der Weg der Abstraktion.	199	4.4	Das Layout als Strukturschema ..	257
4.3.2	Grundformen als Ausgangsform...	201	4.5	Textgestaltung	258
4.3.3	Der mathematische Weg der Formentwicklung.	202	4.6	Abbildungen im Content-Bereich	261
4.3.4	Von Abis Z, der Pfad der Buchstaben.	205	5	Corporate Identity und Screendesign.	264
4.4	Zeichen in der Praxis.	206	5.1	Corporate Identity.	264
4.4.1	Das einzigartige Signet.	206	5.2	Corporate Design.	267
4.4.2	Piktogramme, die Teamspieler.	211	5.3	Gestaltungsrichtlinien und Styleguides.	269
4.4.3	Schalter als Interaktionswerkzeug..	215	5.4	Corporate Identity im Web- kontext.	271
4.4.4	Infografik, die Visualisierung von Inhaltskomplexen.	217	5.5	Grundüberlegungen.	273
			5.6	Thema und Metapher.	274
			5.7	Stil und Stilrichtung	276
			5.8	Darstellung von Produkt oder Dienstleistung.	279
			5.9	Die Homepage: Der erste Eindruck.	280
TeilC			6	Gestaltung und kreative Prozesse.	283
Die Konzeption digitaler Medien			6.1	Kreative Visualisierung.	285
1	Digitale Medien	225	6.2	Mind Mapping.	289
1.1	Hypertext und Hypermedia	226	6.3	Brainstorming.	290
1.2	Interaktivität	230	6.4	Der Prozess der Ideenfindung....	292
1.3	Multimedialität	233	7	Der Projektablauf.	293
2	Die strukturelle Konzeption digitaler Medien.	234			
2.1	Ziele und Zielgruppen.	234			

