



Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel

# Medien

**verstehen – gestalten – produzieren**

3., erweiterte und verbesserte Auflage

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL • Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG  
Düsseldorfberger Straße 23 • 42781 Haan-Gruiten

Europa-Nr.: 35210

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Inhaltsverzeichnis	4

## 1 Medien 9

1.1 Medien als Phänomen	10
1.1.1 Definition von Medien	10
1.1.2 Klassifikationen	12
1.1.3 Vertieftes Verständnis der Medien	16
1.2 Medien in der Theorie	19
1.2.1 Einfacher Modellansatz	19
1.2.2 Grundmodelle der Kommunikation	26
1.2.3 Bedeutung der Perspektive	29
1.3 Medien in der Praxis	33
1.3.1 Sprache	34
1.3.2 Telefon	37
1.3.3 Zeitungen	39
1.3.4 Zeitschriften	41
1.3.5 Buch	43
1.3.6 Radio	45
1.3.7 Fernsehen	51
1.3.8 Kino	58
1.3.9 Trägermedien	60
1.3.10 Internet	62

## 2 Medienproduktion 65

2.1 Projektbeteiligte	66
2.1.1 Berufsbilder	66
2.1.2 Produzent	67
2.1.3 Produktionsteam	67
2.2 Projektphasen	72
2.2.1 Konzeption	72

2.2.2 Realisierung	79
2.2.3 Einführung	84

## 3 Typografie 87

3.1 Geschichte und Merkmale	88
3.1.1 Geschichte	88
3.1.2 Klassifikation von Druckschriften	89
3.2 Grundbegriffe	90
3.2.1 Schriftfamilie und Schriftauswahl	90
3.2.2 Buchstabe und Wort	92
3.2.3 Vom Buchstaben zur Schrift	94
3.3 Typografisches Gestalten	97
3.3.1 Satzarten	97
3.3.2 Gestaltungsmittel im Text	99
3.4 Seitengestaltung	101
3.4.1 Satzspiegel	101
3.4.2 Bildhaftes Gestalten	101
3.4.3 Hurenkind und Schusterjunge	101
3.4.4 Fußnoten und Marginalien	102
3.5 Anwendungen	102
3.5.1 Logo und Werbung	102
3.5.2 Interaktive Anwendungen	103

## 4 Audio 105

4.1 Töne	106
4.1.1 Physik der Töne	107
4.1.2 Empfindung von Tönen	108
4.1.3 Raumakustik	114
4.2 Funktion von Tönen	117
4.2.1 Sprechtext	117
4.2.2 Musik	118
4.2.3 Geräusch	119
4.2.4 Töne in interaktiven Anwendungen	121

<b>4.3</b>	<b>Tonaufnahme</b>	<b>123</b>
4.3.1	Konzeptionelle Vorüberlegungen	123
4.3.2	Technik	127
4.3.3	Soundkarte	138
4.3.4	Harddisk-Recording	140
4.3.5	Software für Ton und Bild	141

<b>4.4</b>	<b>Tonbearbeitung</b>	<b>142</b>
4.4.1	Bearbeitungsschritte	142
4.4.2	Datenreduktion	146

<b>4.5</b>	<b>Integration und Wiedergabe</b>	<b>148</b>
4.5.1	Tonmischung	148
4.5.2	Anwenderbezug	149

<b>4.6</b>	<b>Ton und Internet</b>	<b>150</b>
------------	-------------------------	------------

## **5 Grafik 155**

<b>5.1</b>	<b>Grafische Elemente</b>	<b>156</b>
5.1.1	Punkt	156
5.1.2	Linie	157
5.1.3	Fläche	159

<b>5.2</b>	<b>Kontraste</b>	<b>160</b>
5.2.1	Hell-Dunkel-Kontrast	160
5.2.2	Formen- und Flächenkontrast	160
5.2.3	Größenkontrast	160
5.2.4	Strukturkontrast	161
5.2.5	Richtungskontrast	161
5.2.6	Mengenkontrast	161

<b>5.3</b>	<b>Farben</b>	<b>162</b>
5.3.1	Farbwahrnehmung	162
5.3.2	Farbmischung	162
5.3.3	Farbsechseck	163
5.3.4	Farbkontraste	164
5.3.5	Wirkung von Farben	165
5.3.6	Harmonische Farbzusammenstellungen	166

<b>5.4</b>	<b>Gestaltgesetze</b>	<b>168</b>
------------	-----------------------	------------

<b>5.5</b>	<b>Vektor- und Pixelgrafik</b>	<b>169</b>
5.5.1	Vektorgrafik	169
5.5.2	Pixelgrafik	169

## **6 Bild 171**

<b>6.1</b>	<b>Fotografie</b>	<b>172</b>
6.1.1	Fotografischer Prozess	172
6.1.2	Analoge Fotografie	180
6.1.3	Digitale Fotografie	184

<b>6.2</b>	<b>Gestalten von Bildern</b>	<b>188</b>
6.2.1	Funktion des Standbildes	188
6.2.2	Einstellungen	189
6.2.3	Perspektive	191
6.2.4	Raumtiefe	192
6.2.5	Denken in Schwarzweiß	192
6.2.6	Denken in Farbe	193
6.2.7	Kontur und Umriss	193
6.2.8	Muster und Struktur	194
6.2.9	Licht und Schatten	194
6.2.10	Schärfe und Unschärfe	194

<b>6.3</b>	<b>Bildkommunikation</b>	<b>195</b>
6.3.1	Bild als Abbildung der Wirklichkeit	196
6.3.2	Bild und Text	197
6.3.3	Bildwirkung durch Wahrnehmung	199
6.3.4	Bild als Transportmittel	200

<b>6.4</b>	<b>Bearbeiten von Bildern</b>	<b>201</b>
6.4.1	Digitalisieren	201
6.4.2	Bildoptimierung	202
6.4.3	Verfremdungen	206

<b>6.5</b>	<b>Einsatz in Medienproduktion</b>	<b>208</b>
6.5.1	Datenmengen	208
6.5.2	Layout	211

<b>7</b>	<b>Video</b>	<b>217</b>		
7.1	<b>Dynamische Bildwechsel</b>	<b>218</b>	9.1.2	Dramaturgie 253
7.1.1	Visuelle Blende	218	9.1.3	Montage 255
7.1.2	Auf- und Abblenden	219	9.1.4	Umsetzung 256
7.1.3	Einblendungen	220	<b>9.2</b>	<b>Struktur 259</b>
<b>7.2</b>	<b>Film und Video</b>	<b>221</b>	9.2.1	Strukturwahl 259
7.2.1	Vom Film zum Video	221	9.2.2	Leiter-Metapher 260
7.2.2	Analoges vs. digitales Video	221	9.2.3	Baum-Metapher 260
7.2.3	Analoge Videotechnik	222	9.2.4	Netzwerk-Metapher 261
7.2.4	Digitale Videotechnik	224	<b>9.3</b>	<b>Interaktionen 262</b>
<b>7.3</b>	<b>Filmgestaltung</b>	<b>226</b>	9.3.1	Dialog- und Benutzerführung 263
7.3.1	Bewegung	226	9.3.2	Navigations-elemente 268
7.3.2	Richtung	228	<b>9.4</b>	<b>Werkzeuge 271</b>
7.3.3	Beleuchtung	229	9.4.1	Definition Autorensysteme 271
7.3.4	Aufnahmetechniken	230	9.4.2	Auswahl und Beschreibung 272
<b>7.4</b>	<b>Video-Produktion</b>	<b>232</b>	9.4.3	Systementscheidung 274
7.4.1	Drehbuch	232	9.4.4	Beispiel 1: Authorware 276
7.4.2	Digitaler Video-Schnitt	234	9.4.5	Beispiel 2: Director 278
7.4.3	Spezialeffekte	235	9.4.6	Beispiel 3: ToolBook 280
<b>8</b>	<b>Animation</b>	<b>237</b>	<b>10</b>	<b>Internet 283</b>
<b>8.1</b>	<b>Prinzip und Formen der Animation</b>	<b>238</b>	<b>10.1</b>	<b>Grundlagen 284</b>
8.1.1	Prinzip der Animation	238	10.1.1	Definition Internet 284
8.1.2	Phasenanimation	238	10.1.2	Entstehungsgeschichte 284
8.1.3	Pfadanimation	240	10.1.3	Grundprinzip 286
8.1.4	3D-Animation	241	<b>10.2</b>	<b>Dienste im Internet 288</b>
8.1.5	Inverse Kinematik	244	10.2.1	World Wide Web 288
<b>8.2</b>	<b>Virtual Reality</b>	<b>244</b>	10.2.2	E-Mail 288
8.2.1	2D-VR-Systeme	244	10.2.3	Newsgroups 291
8.2.2	3D-VR-Systeme	246	10.2.4	Chat 292
8.2.3	3D-VR-Simulatoren	247	10.2.5	WebCams und Telefonie 296
<b>9</b>	<b>Multimedia</b>	<b>249</b>	10.2.6	FTP, Telnet, Gopher und WAIS 297
<b>9.1</b>	<b>Didaktik und Dramaturgie</b>	<b>250</b>	10.2.7	Suchdienste und Agenten 299
9.1.1	Didaktik	250	10.2.8	WAP 302
			10.2.9	Netiquette 303

<b>10.3 World Wide Web</b>	<b>304</b>
10.3.1 Definition WWW	304
10.3.2 Funktionsweise des WWW	304
10.3.3 Sprache des WWW	305
10.3.4 Multimedia im Internet	311

<b>10.4 Zugang zum Internet</b>	<b>312</b>
10.4.1 Hardware	312
10.4.2 Provider	314
10.4.3 Software	315
10.4.4 Sicherheit im Internet	316
10.4.5 Publizieren im WWW	318

<b>10.5 Anwendungen</b>	<b>319</b>
10.5.1 Intranet und Extranet	319
10.5.2 E-Business und E-Commerce	320
10.5.3 E-Learning und E-Collaboration	321

## **11 Design 323**

<b>11.1 Geschichte und Begriff</b>	<b>324</b>
11.1.1 Geschichte	324
11.1.2 Designbegriff	326

<b>11.2 Grundprinzipien der räumlichen Darstellung</b>	<b>327</b>
11.2.1 Perspektivische Darstellung	327
11.2.2 Axonometrische Darstellung	328
11.2.3 Ansichtsdarstellung	330
11.2.4 Licht, Schatten, Farbe	331

<b>11.3 Darstellungsmethoden</b>	<b>333</b>
11.3.1 Skizze	333
11.3.2 Prinzipzeichnung	333
11.3.3 Schematische Darstellung	334
11.3.4 Ergonomische Darstellung	334
11.3.5 Dimensionsdarstellung	335
11.3.6 Explosionsdarstellung	336
11.3.7 Gerenderte Darstellung	336

<b>11.4 Designprozess</b>	<b>337</b>
11.4.1 Phasen der Produktgestaltung	337
11.4.2 Produktbeispiele	339

## **12 Druck 343**

<b>12.1 Druckvorbereitung</b>	<b>346</b>
12.1.1 Aufbereiten von Rohmaterial	346
12.1.2 Fonts und Farben	348
12.1.3 Dateivorbereitung	351
12.1.4 Proofen, Belichten, Bebildern	352
12.1.5 Ausschließen	354

<b>12.2 Druckverfahren</b>	<b>355</b>
12.2.1 Einteilung der Druckverfahren	355
12.2.2 Hochdruck	355
12.2.3 Flachdruck	356
12.2.4 Tiefdruck	357
12.2.5 Digitaler Druck	357

<b>12.3 Druckmaschinen</b>	<b>359</b>
12.3.1 Bogendruckmaschinen	359
12.3.2 Rollendruckmaschine	360
12.3.3 Drucküberwachung	361

<b>12.4 Bedruckstoff, Falzen, Binden</b>	<b>363</b>
12.4.1 Bedruckstoff	363
12.4.2 Falzen	366
12.4.3 Binden	367

<b>12.5 Anwendung</b>	<b>368</b>
12.5.1 Vom Manuskript zum Buch	368
12.5.2 Herstellung einer Tageszeitung	371

## **13 Präsentation 377**

<b>13.1 Konzeption und Vorbereitung</b>	<b>378</b>
13.1.1 Präsentationsziele festlegen	378
13.1.2 Inhalte aufbereiten	379
13.1.3 Präsentation gliedern	380

**13.2 Visualisierung der Inhalte 381**

13.2.1 Grundsätze der Visualisierung 381

13.2.2 Vielfalt der Bilder 382

13.2.3 Gestaltungsregeln 383

**13.3 Durchführung der Präsentation 384**

13.3.1 Lampenfieber vor dem Auftritt 384

13.3.2 Körpersprache während des Vortrages 384

13.3.3 Wirkungsvoll sprechen 385

13.3.4 Zuhörer begeistern 386

**13.4 Medieneinsatz 387**

13.4.1 Folienpräsentation am Tageslichtprojektor 387

13.4.2 Dia- und Videopräsentation 389

13.4.3 Flip-Chart 390

13.4.4 Computerpräsentation 392

**14 Medienökonomie 395****14.1 Kalkulation 396**

14.1.1 Kosten von Medienprodukten 396

14.1.2 5-Schritte-Konzept der Kalkulation 398

14.1.3 Kalkulationsbeispiele Film und Multimedia 401

**14.2 Projektmanagement 414**

14.2.1 Vorgehenskonzept 414

14.2.2 Konzeption 414

14.2.3 Vorbereitung 418

14.2.4 Realisierung 425

**14.3 Marketing 427**

14.3.1 Definition Marketing 427

14.3.2 Medienprodukte als Publikation 433

14.3.3 Medienprodukte im Business 438

**14.4 Werbung 442**

14.4.1 Rolle und Bedeutung der Werbung 442

14.4.2 Werbemittel 445

14.4.3 Werbeträger 453

14.4.4 Werbeerfolgskontrolle 455

**15 Medienrecht 457****15.1 Materialien aus der Praxis 458**

15.1.1 Anschauungsbeispiel 458

15.1.2 Kleine praktische Fallbeispiele 464

**15.2 Grundzüge des Urheberrechts 466**

15.2.1 Bedeutung des Urheberrechts 466

15.2.2 Werk als Schutzgegenstand 467

15.2.3 Urheber als Werkschöpfer 470

15.2.4 Geschützte Rechte 472

15.2.5 Einräumung von Nutzungsrechten 473

**15.3 Verwertungspraxis 474**

15.3.1 Verlage 474

15.3.2 Verwertungsgesellschaften 474

**Literaturverzeichnis 479****Sachwortverzeichnis 486****Firmenverzeichnis 499**