



Schellmann, Gaida, Gläser, Kegel

Medien

verstehen – gestalten – produzieren

3., erweiterte und verbesserte Auflage

VERLAG EUROPA-LEHRMITTEL • Nourney, Vollmer GmbH & Co. KG
Düsseldorfer 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

4.3	Tonaufnahme	123
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

4.4	Tonbearbeitung	142
4.4.1	Bearbeitungsschritte	142
4.4.2	Datenreduktion	146

4.5	Integration und Wiedergabe	148
4.5.1	Tonmischung	148
4.5.2	Anwenderbezug	149

4.6	Ton und Internet	150
------------	-------------------------	------------

5 Grafik 155

5.1	Grafische Elemente	156
5.1.1	Punkt	156
5.1.2	Linie	157
5.1.3	Fläche	159

5.2	Kontraste	160
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

5.3	Farben	162
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

5.4	Gestaltgesetze	168
------------	-----------------------	------------

5.5	Vektor- und Pixelgrafik	169
5.5.1	Vektorgrafik	169
5.5.2	Pixelgrafik	169

6 Bild 171

6.1	Fotografie	172
6.1.1	Fotografischer Prozess	172
6.1.2	Analoge Fotografie	180
6.1.3	Digitale Fotografie	184

6.2	Gestalten von Bildern	188
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

6.3	Bildkommunikation	195
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

6.4	Bearbeiten von Bildern	201
6.4.1	Digitalisieren	201
6.4.2	Bildoptimierung	202
6.4.3	Verfremdungen	206

6.5	Einsatz in Medienproduktion	208
6.5.1	Datenmengen	208
6.5.2	Layout	211

7	Video	217		
7.1	Dynamische Bildwechsel	218	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	9.2	Struktur 259
7.2	Film und Video	221	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	9.3	Interaktionen 262
7.3	Filmgestaltung	226	9.3.1	Dialog- und Benutzerführung 263
7.3.1	Bewegung	226	9.3.2	Navigationselemente 268
7.3.2	Richtung	228	9.4	Werkzeuge 271
7.3.3	Beleuchtung	229	9.4.1	Definition Autorensysteme 271
7.3.4	Aufnahmetechniken	230	9.4.2	Auswahl und Beschreibung 272
7.4	Video-Produktion	232	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
8	Animation	237	10	Internet 283
8.1	Prinzip und Formen der Animation	238	10.1	Grundlagen 284
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	10.2	Dienste im Internet 288
8.1.5	Inverse Kinematik	244	10.2.1	World Wide Web 288
8.2	Virtual Reality	244	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
9	Multimedia	249	10.2.6	FTP, Telnet, Gopher und WAIS 297
9.1	Didaktik und Dramaturgie	250	10.2.7	Suchdienste und Agenten 299
9.1.1	Didaktik	250	10.2.8	WAP 302
			10.2.9	Netiquette 303

10.3 World Wide Web	304
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

10.4 Zugang zum Internet	312
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

10.5 Anwendungen	319
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

11.1 Geschichte und Begriff	324
11.1.1 Geschichte	324
11.1.2 Designbegriff	326

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

11.3 Darstellungsmethoden	333
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

11.4 Designprozess	337
11.4.1 Phasen der Produktgestaltung	337
11.4.2 Produktbeispiele	339

12 Druck 343

12.1 Druckvorbereitung	346
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

12.2 Druckverfahren	355
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

12.3 Druckmaschinen	359
12.3.1 Bogendruckmaschinen	359
12.3.2 Rollendruckmaschine	360
12.3.3 Drucküberwachung	361

12.4 Bedruckstoff, Falzen, Binden	363
12.4.1 Bedruckstoff	363
12.4.2 Falzen	366
12.4.3 Binden	367

12.5 Anwendung	368
12.5.1 Vom Manuskript zum Buch	368
12.5.2 Herstellung einer Tageszeitung	371

13 Präsentation 377

13.1 Konzeption und Vorbereitung	378
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**