

Lehrheftserie «TypoTuning» aus der Edition Publisher

Das Bilderbuch

Der vierte Band aus der Serie «TypoTuning» von Ralf Turtschi nimmt sich der Bildgestaltung an.

■ **MARTIN SPAAR** Bis anhin wurde das Thema Bild eher technisch angegangen. Schlagwörter wie Color Management, ICC-Profil, Kalibrierung, ISO-Norm, ppi, dpi, Rendering-Intent haben uns in den letzten Jahren beschäftigt. Auf der Strecke blieb die ganze Zeit die gestalterische Komponente, wenn man einmal von all den fantastischen Photoshop-Tricks und -Filtern absieht. Die Rede ist von gestalterischer Bildkompetenz im Sinn der Funktionalität. Wie funktionieren Bilder? Wie werden Bilder gelesen und interpretiert? Wie fehlertolerant ist unser Hirn? Und wie spielen Bild und Text in den Medien zusammen? Welche Möglichkeiten bestehen, Bilder zu inszenieren?

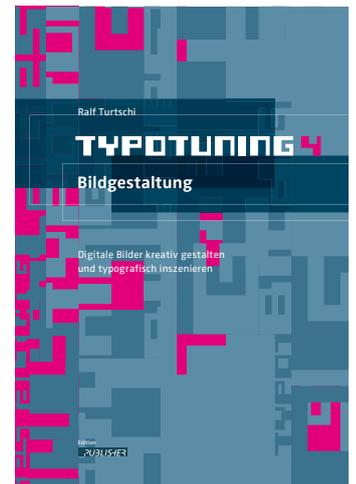
Solche Fragen werden weder in Kursen noch in der populären Fachliteratur behandelt. Selbst Lehrkräfte al-

ler Stufen sind wenig sattelfest. Dabei ist die Bildwahrnehmung im Leitmedium Fernsehen wichtiger als Text. In der Tageszeitung übt das Bild immer noch ein Mauerblümchendasein aus. Oft wird die Kommunikationsidee mit Text formuliert, das Bild wird dann hinzugelegt. Dort, wo die Informationsaufnahme schnell gehen muss, typischerweise bei Plakaten oder Anzeigen, kommt das Bild im Gestaltungsprozess vor dem Text.

Bildkompetenz im Sinn von Kommunikation und Wahrnehmung wäre also durchaus eine Schlüsselqualifikation in der Publishingbranche, ja sogar beim Informationskonsumenten generell. Leider bleibt es beim Lesenlernen von Text im Deutschunterricht. Bilderlesen wäre aber ebenso wichtig, dafür in der Medienflut richtig schwimmen zu lernen. Es fehlt an Lehrmit-

eln, es fehlt an der Ausbildung der Lehrkräfte.

Publisher-Autor Ralf Turtschi legt nun den vierten Band seiner Serie «TypoTuning» vor, in dem er sich der «verwaisten» Bildgestaltung annimmt. Das Buch ist ohne technisches Vorwissen zu verstehen, es eignet sich also auch für Personen, die nicht mit Photoshop oder verwandten Werkzeugen arbeiten. Zum Zielpublikum zählen alle, die sich in irgendeiner Form mit Bildern auseinandersetzen, im engeren Sinn Publishing-Fachleute oder Lernende wie Polygrafen, Gestalter und Fotografen, im weiteren Sinn Fachleute aus dem Verlagswesen, aus Marketing oder Werbung. Selbstverständlich sind auch Lehrer angesprochen, die Medien- oder Gestaltungsthemen unterrichten – Grundschullehrer wie auch Berufsschullehrer.



Band 4, «Bildgestaltung», aus der Serie «TypoTuning» ist ab Mai 2008 in der Edition Publisher erhältlich.

In verschiedenen Kapiteln wie: Was ist ein Bild?, Was ein Bild leistet, Emotionalität von Bildern, Bild und Wahrheit oder Sehanleitungen, wird einleitend das theoretische Rüstzeug vermittelt. Es folgen die Gestaltgesetze (siehe dazu Seite 76) und Wahrnehmungsphänomene, bevor es dann zu den eigentlichen Bildgestaltungsmög-

