

Inhalt

A Grundlagen

1 Theoretische Grundlagen 12

1.1 Medien als Phänomen	12
1.1.1 Definition von Medien	12
1.1.2 Klassifikationen.	14
1.1.3 Medien: Ein vertieftes Verständnis	18
1.2 Direkte persönliche Kommunikation.	21
1.2.1 Bedeutung des Kontexts	21
1.2.2 Bedeutung der Sprache	23
1.2.3 Verbale und non-verbale Kommunikation.	24
1.2.4 Erfolgsbedingungen guter Kommunikation	26
1.3 Mediale Kommunikation	33
1.3.1 Grundformen medialer Kommunikation	33
1.3.2 Kontextorientierter Medieneinsatz	35
1.3.3 Journalismus und Publizistik	38
1.3.4 Unternehmenskommunikation.	44
1.4 Modelle der Medien	49
1.4.1 Bedeutung der Perspektive	49
1.4.2 Ein einfacher Modellansatz: Die Lasswell-Formel	53
1.4.3 Grundmodelle der Kommunikation	55
Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	58

2 Medien im Kommunikations- prozess 60

2.1 Kommunikatoren	60
2.1.1 Medienunternehmen	62
2.1.2 Wirtschaftsunternehmen und Organisationen	70
2.1.3 Staat	72
2.1.4 Privatpersonen	73
2.2 Botschaften	74
2.2.1 Grundbausteine: Inhalt und Form.	74
2.2.2 Information	78
2.2.3 Unterhaltung	82
2.2.4 Kultur, Wissenschaft und Bildung.	84
2.2.5 Mischformen	85
2.3 Transportwege	86
2.3.1 Physischer Transport.	87
2.3.2 Netzbasierter Transport.	88
2.4 Rezipienten	92
2.4.1 Rezipienten als Zielgruppen	92
2.4.2 Massenkommunikation: Publikum	95
2.4.3 Unternehmenskommunikation: Zielgruppen	98

2.5 Medienwirkungen.	100
2.5.1 Medien und Individuum.	101
2.5.2 Medien und Gesellschaft.	104
2.5.3 Medien und Politik.	111
2.5.4 Medien und Wirtschaft.	114
2.5.5 Medienethik	116
Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	118

3 Medien in der Praxis 120

3.1 Geschichte der Medien	120
3.1.1 Technologische Perspektive.	121
3.1.2 Politische Perspektive	125
3.1.3 Gesellschaftlich-kulturelle Perspektive	128
3.1.4 Wirtschaftliche Perspektive.	130
3.1.5 Die Medien: Eine Zeitreise	132
3.2 Die Medien im Überblick	138
3.2.1 Mediennutzung	138
3.2.2 Umsätze und Beschäftigung	140
3.2.3 Werbemarkt	142
3.3 Printmedien	144
3.3.1 Zeitungen	144
3.3.2 Zeitschriften	148
3.3.3 Bücher	152
3.3.4 Druck- und Papierindustrie.	156
3.4 Elektronische Medien	158
3.4.1 Fernsehen	158
3.4.2 Film und Kino	164
3.4.3 Radio	168
3.4.4 Musik	172
3.4.5 Video- und Computerspiele	176
3.5 Internet und die TIME-Branche	180
3.5.1 Internet.	180
3.5.2 TIME-Branche.	184
Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	188

B Gestaltung und Produktion

4 Elementares Gestalten 192

4.1 Grundsätze der Gestaltung	192
4.2 Sehen und wahrnehmen.	193
4.2.1 Wahrnehmungskette.	193
4.2.2 Wahrnehmungsarten	195
4.2.3 Gestaltgesetze	195

4.3	Formelemente der Gestaltung	200
4.3.1	Der Punkt	201
4.3.2	Die Linie	202
4.3.3	Die Fläche	203
4.4	Gestalten mit Formen	204
4.4.1	Formanordnung	205
4.4.2	Formbeziehung	207
4.5	Gestalten mit Farbe	212
4.5.1	Farbensehen	212
4.5.2	Farbwahrnehmung	213
4.5.3	Farbordnung	214
4.5.4	Farbwirkung	219
4.5.5	Farbkontraste	222
4.5.6	Farbharmonie	224
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	226
5	Typografie	228
5.1	Grundsätze der Typografie	228
5.1.1	Kommunikationsaspekt	228
5.1.2	Aufgaben der Typografie	229
5.2	Geschichte der Typografie	230
5.2.1	Ursprünge der Schrift	230
5.2.2	Entwicklung des Alphabetes	231
5.2.3	Mittelalterliche Handschriften	233
5.2.4	Druckschriften	234
5.3	Gestalten mit Schrift	238
5.3.1	Schriften bezeichnen	238
5.3.2	Klassifikation der Druckschriften nach DIN 16518	239
5.3.3	Klassifikation der Druckschriften in der Praxis	242
5.3.4	Schriftwirkung	244
5.3.5	Schriften mischen	247
5.4	Mikrotypografie	248
5.4.1	Buchstabe und Wort	248
5.4.2	Vom Buchstaben zur Schrift	251
5.5	Makrotypografie	256
5.5.1	Lesefreundlichkeit	256
5.5.2	Seitengestaltung	259
5.5.3	Satzarten	262
5.5.4	Typografische Gliederung	264
5.6	Typografisches Erscheinungsbild	266
5.7	Visuelles Erscheinungsbild	272
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	274

6	Bild	276
6.1	Fotografie	276
6.1.1	Camera Obscura	276
6.1.2	Fotografischer Prozess	277
6.1.3	Analoge Fotografie	287
6.1.4	Digitale Fotografie	291
6.2	Gestalten von Bildern	297
6.2.1	Funktion des Standbildes	297
6.2.2	Einstellungen	298
6.2.3	Perspektive	300
6.2.4	Raumtiefe	301
6.2.5	Denken in Schwarzweiß	301
6.2.6	Denken in Farbe	302
6.2.7	Kontur und Umriss	302
6.2.8	Muster und Struktur	303
6.2.9	Licht und Schatten	303
6.2.10	Schärfe und Unschärfe	303
6.2.11	Bildkommunikation	304
6.3	Bearbeiten von Bildern	310
6.3.1	Digitalisieren	310
6.3.2	Entwickeln	313
6.3.3	Bildoptimierung	314
6.3.4	Verfremdungen	318
6.4	Einsatz in Medienproduktionen	320
6.4.1	Datenmengen	320
6.4.2	Bilddateiformate	321
6.4.3	Bildformate	322
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	323
7	Grafik	324
7.1	Technische Merkmale	324
7.1.1	Vektorgrafik	324
7.1.2	Pixelgrafik	325
7.2	Darstellungsmethoden	326
7.2.1	Entwurfszeichnung	326
7.2.2	Prinzipdarstellung	327
7.2.3	Ergonomische Darstellung	327
7.2.4	Schematische Darstellung	328
7.2.5	Dimensionsdarstellung	328
7.2.6	Explosionsdarstellung	329
7.2.7	Gerenderte Darstellung	329
7.3	Räumliche Darstellung	330
7.3.1	Perspektivische Darstellung	330
7.3.2	Axonometrische Darstellung	333

7.3.3	Darstellung in Ansichten	335	9.3.5	Rendering	396
7.3.4	Steigerung der räumlichen Wirkung	336	9.4	Virtual Reality	397
7.4	Flächige Darstellung	338	9.4.1	2D-VR-Systeme	397
7.4.1	Zeichen	338	9.4.2	3D-VR-Systeme	400
7.4.2	Zeichensysteme	340	9.4.3	3D-VR-Simulatoren	400
7.5	Informationsdarstellungen	342	9.4.4	Augmented Reality	402
7.5.1	Informationsorganisation	342		Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	403
7.5.2	Diagrammarten	344	10	Audio	404
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	348			
8	Bewegt看bild	350	10.1	Töne	405
8.1	Dynamische Bildwechsel	351	10.1.1	Physik der Töne	406
8.1.1	Visuelle Blende	351	10.1.2	Empfindung von Tönen	407
8.1.2	Auf- und Abblenden	352	10.1.3	Raumakustik	413
8.1.3	Einblendungen	353	10.2	Funktion von Tönen	416
8.2	Film und Video	354	10.2.1	Sprechtext	416
8.2.1	Vom Film zum Video	354	10.2.2	Musik	417
8.2.2	Analoges vs. digitales Video?	354	10.2.3	Geräusch	418
8.2.3	Analoge Videotechnik	355	10.2.4	Töne in interaktiven Anwendungen	420
8.2.4	Digitale Videotechnik	358	10.3	Tonaufnahme	422
8.3	Filmgestaltung	363	10.3.1	Konzeptionelle Vorüberlegungen	422
8.3.1	Bewegung	363	10.3.2	Technik	426
8.3.2	Richtung	365	10.3.3	Soundkarte	437
8.3.3	Beleuchtung	366	10.3.4	Harddisk-Recording	439
8.3.4	Aufnahmetechniken	367	10.3.5	Software für Ton und Bild	440
8.4	Video-Produktion	369	10.4	Tonbearbeitung	441
8.4.1	Drehbuch	370	10.4.1	Bearbeitungsschritte	441
8.4.2	Nachbearbeitung und Videoschnitt	373	10.4.2	Datenreduktion	445
8.4.3	Video-Ausgabe	379	10.5	Integration und Wiedergabe	447
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	383	10.5.1	Tonmischung	447
			10.5.2	Anwenderbezug	448
9	Animation	384	10.6	Ton und Internet	449
				Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	453
9.1	Prinzip der Animation	384	11	Druck	454
9.1.1	Bewegungswahrnehmung	384			
9.1.2	Bilddraten in der Animation	385	11.1	Bildvorlagen	455
9.1.3	Phasenanimation	385	11.1.1	Druckqualität	455
9.1.4	Pfadanimation	387	11.1.2	Eingabeauflösung, Datenvolumen bei Bildern	458
9.2	Techniken der Bewegungsanimation	388	11.2	Colormanagement	460
9.2.1	Schlüsselbildtechnik	388	11.3	Kontrolle des Druckjobs	462
9.2.2	Positions-Interpolation	388	11.4	Druckvorstufe	464
9.2.3	Form-Interpolation	389	11.4.1	EPS oder PDF erzeugen	464
9.3	3D-Animation	389	11.4.2	Der Proof in der Druckvorstufe	464
9.3.1	Modellierung	390	11.4.3	Belichten und Bebildern	465
9.3.2	Rigging	393	11.4.4	Ausschießen	466
9.3.3	Mapping und Shading	394	11.5	Druckverfahren	467
9.3.4	Animation	395	11.5.1	Einteilung der Druckverfahren	467

11.5.2	Hochdruck	467	13.2.3	Newsgroups	522
11.5.3	Flachdruck	468	13.2.4	Foren	524
11.5.4	Tiefdruck	469	13.2.5	Chat	525
11.5.5	Siebdruck	469	13.2.6	WebCams und Telefonie	530
11.5.6	Non-Impact-Printing	470	13.2.7	FTP	532
11.5.7	Computer to Press Verfahrensvergleich	471	13.2.8	Suchdienste und Agenten	533
11.6	Druckmaschinen	472	13.2.9	Mobiles Internet	539
11.6.1	Bogendruckmaschinen	472	13.2.10	Netiquette	543
11.6.2	Rollendruckmaschine	473	13.3	World Wide Web	544
11.6.3	Drucküberwachung	474	13.3.1	Definition WWW	544
11.7	Bedruckstoff, Falzen, Binden	476	13.3.2	Funktionsweise des WWW	544
11.7.1	Bedruckstoff	476	13.4	Zugang zum Internet	545
11.7.2	Falzen	480	13.4.1	Hardware	545
11.7.3	Binden	481	13.4.2	Provider	550
11.8	Praxis	482	13.4.3	Software	551
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	483	13.4.4	Sicherheit im Internet	552
12	Multimedia	484	13.4.5	Publizieren im WWW	554
12.1	Multimediale Anwendungen	484	13.5	Anwendungen	556
12.1.1	Informationssysteme	485	13.5.1	Intranet und Extranet	556
12.1.2	Lernsysteme	486	13.5.2	E-Business und E-Commerce	557
12.1.3	Präsentationssysteme	487	13.5.3	E-Learning	559
12.1.4	Unterhaltungssysteme	488	13.5.4	E-Collaboration	561
12.2	Didaktik und Dramaturgie	490	13.6	Web 2.0	562
12.2.1	Didaktik	490	13.6.1	Wiki	563
12.2.2	Dramaturgie	493	13.6.2	Weblog	564
12.2.3	Montage	496	13.6.3	RSS-Feed	565
12.2.4	Umsetzung	497	13.6.4	Webcast	566
12.3	Struktur	500	13.6.5	Podcasting	567
12.3.1	Strukturwahl	500	13.6.6	Social Networking	568
12.3.2	Leiter-Metapher	501		Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	571
12.3.3	Baum-Metapher	501	14	Medieninformatik	572
12.3.4	Netzwerk-Metapher	502	14.1	Programmieren	572
12.4	Interaktionen	503	14.1.1	Klassifizierung der Sprachen	572
12.4.1	Dialog- und Benutzerführung	504	14.1.2	Grundprinzipien der Programmierung	574
12.4.2	Navigationselemente	510	14.1.3	Grundkonzepte der Programmierung	578
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	513	14.2	Sprache des WWW	579
13	Internet	514	14.2.1	HTML	579
13.1	Grundlagen	515	14.3	Skriptsprachen	583
13.1.1	Definition Internet	515	14.3.1	Skriptsprachen in Anwendungsprogrammen	583
13.1.2	Entstehungsgeschichte	515	14.3.2	Client Side Scripting	583
13.1.3	Grundprinzip	517	14.3.3	Server Side Scripting	588
13.2	Dienste im Internet	519	14.4	Auszeichnungssprachen	590
13.2.1	World Wide Web	519	14.4.1	SGML	591
13.2.2	E-Mail	519	14.4.2	XML	591
			14.4.3	Postscript	594
			14.4.4	PDF	595

14.5	Autorensysteme	596
14.5.1	Auswahl und Beschreibung	596
14.5.2	Systementscheidung	599
14.6	Multimedia im Internet	600
14.6.1	Streaming-Audio und -Video	600
14.6.2	3D-Visualisierung im Web	602
14.7	Daten-Management	603
14.7.1	Cross Media und Single Source Publishing	603
14.7.2	Content Management Systeme	604
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	607

C Wirtschaft und Management

15	Projektmanagement	610
15.1	Projekt-Entstehung	611
15.1.1	Auslöser für Projekte	611
15.1.2	Von der Projekt-Idee zur Basis-Entscheidung	613
15.2	Projekt-Definition	614
15.2.1	Problemanalyse	614
15.2.2	Klärung der Projektziele	615
15.2.3	Evaluierung der Projekt-Idee	616
15.2.4	Festlegung des Projektrahmens	619
15.2.5	Start-Freigabe und Auftrag	619
15.3	Projekt-Start	620
15.3.1	Ausgangslage	620
15.3.2	Zusammenspiel zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer	622
15.3.3	Organisatorische Vorkehrungen	624
15.3.4	Effektive Information und Kommunikation	626
15.3.5	Optimale Zusammenarbeit im Team	628
15.3.6	Kick-Off-Meeting	631
15.4	Projekt-Planung	632
15.4.1	Anforderungen des Auftraggebers: Lastenheft	632
15.4.2	Produkt-Planung	632
15.4.3	Planung der Projektabwicklung: Basisplan	635
15.4.4	Kostenplanung und Budget	640
15.4.5	Dokumentation der Projekt-Planung: Pflichtenheft	641
15.4.6	Pre-Production-Meeting	642
15.5	Projekt-Durchführung	643
15.5.1	Projekt-Steuerung	643
15.5.2	Projekt-Controlling	644
15.6	Projekt-Abschluss	646
15.6.1	Abschluss im Hinblick auf den Auftraggeber	646
15.6.2	Administrativer Abschluss	646

15.6.3	Abschlussanalyse	647
15.6.4	Schluss-Meeting	648
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	649

16 Akquisition und Präsentation 650

16.1	Akquisition	650
16.1.1	Phasen-Modell der Projekt-Initiierung	650
16.1.2	Projekt-Start	652
16.2	Grundlagen der Präsentation	655
16.2.1	Präsentationsziele festlegen	655
16.2.2	Inhalte aufbereiten	656
16.2.3	Präsentationen gliedern	657
16.3	Durchführen von Präsentationen	658
16.3.1	Lampenfieber vor dem Auftritt	658
16.3.2	Körpersprache während des Vortrages	658
16.3.3	Wirkungsvoll sprechen	659
16.3.4	Zuhörer begeistern	660
16.4	Präsentationen konzipieren und gestalten	661
16.4.1	Konzeptionelle Aspekte	661
16.4.2	Funktionale und inhaltliche Flächen	661
16.4.3	Gestalten mit Bild und Text	663
16.4.4	Gestaltungsprinzipien und Praxishinweise	666
16.5	Medieneinsatz	667
16.5.1	Folienpräsentation am Tageslichtprojektor	667
16.5.2	Dia- und Videopräsentation	669
16.5.3	Flip-Chart, Moderationskarten	670
16.5.4	Computerpräsentation	672
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	673

17 Medienrecht 674

17.1	Überblick über das Medienrecht	675
17.1.1	Medienrelevantes Grundlagenrecht	676
17.1.2	Presserecht	680
17.1.3	Rundfunkrecht	681
17.1.4	Multimediarrecht	683
17.1.5	Internationales Medienrecht	684
17.2	Urheberrecht im Fokus	685
17.2.1	Praxisbeispiele	685
17.2.2	Bedeutung des Urheberrechts	693
17.2.3	Werk als Schutzgegenstand	694
17.2.4	Urheber als Werkschöpfer	697
17.2.5	Geschützte Rechte	699
17.2.6	Einräumung von Nutzungsrechten	700
17.2.7	Verwertungspraxis	701
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise	705

18	Kalkulation	706	19.6	Multimedia-Produktion	760
18.1	Typische Kosten von Medienprodukten . .	707	19.6.1	Projektbeteiligte	760
18.1.1	Herstellungskosten	707	19.6.2	Konzeption	766
18.1.2	Einsatzkosten	708	19.6.3	Realisierung	775
18.2	Ein 5-Schritte-Konzept der Kalkulation. . .	709	19.6.4	Einführung	779
18.2.1	Das Drehbuch – die Grundlage der Kalkulation	709	19.7	Gestaltungsaspekte in der	
18.2.2	Ablauf der Kalkulation	710		Produktentwicklung.	781
18.3	Kalkulationsbeispiele	712	19.7.1	Phasen der Produktgestaltung	781
18.3.1	Film-Kalkulation	712	19.7.2	Produktbeispiele	783
18.3.2	Multimedia-Kalkulation	722		Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise .	786
18.3.3	Buch-Kalkulation	725	20	Marketing	788
18.3.4	Kalkulation einer Drucksache	727	20.1	Marketing-Instrumentarium	788
18.3.5	Kalkulation eines Video-/ Computerspiels . .	729	20.1.1	Definition Marketing.	788
	Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise .	731	20.1.2	Produktpolitik.	789
19	Medienproduktion	732	20.1.3	Präsenzpolitik	791
19.1	Medialer Produktionsprozess im Überblick	732	20.1.4	Profilpolitik.	792
19.2	Produktion einer Tageszeitung.	734	20.1.5	Unterschiedliche Medienprodukte	
19.2.1	Daten und Fakten	734		– anderes Marketing	793
19.2.2	Herstellungsvorgang	735	20.2	Medienprodukte als Publikation	794
19.2.3	Von der Meldung zum Artikel.	736	20.2.1	Marketing-Mix bei Medienunternehmen . . .	794
19.2.4	Druckprozess	738	20.2.2	Vermarktung von Trägermedien	796
19.2.5	Newsroom	739	20.2.3	Vermarktung elektronisch verbreiteter Inhalte	797
19.3	Buch-Produktion.	742	20.3	Medienprodukte in der	
19.3.1	Buch-Wertschöpfungsprozess im Überblick .	742		Unternehmenskommunikation	799
19.3.2	Produkterstellung durch den Verlag	742	20.3.1	Übersicht	799
19.4	Produktion von Radiosendungen	744	20.3.2	Medienprodukte in Management,	
19.4.1	Radio-Workflow im Überblick	744		Beschaffung und Produktion	800
19.4.2	Radio-Team.	745	20.3.3	Medienprodukte im Produkt- und	
19.4.3	Programmplanung	747		Absatzbereich	801
19.4.4	Integration vorproduzierter		20.4	Im Fokus: Werbung.	803
	Sendungselemente	750	20.4.1	Rolle und Bedeutung der Werbung.	803
19.4.5	Sendeabwicklung	752	20.4.2	Werbemittel	808
19.5	Film- und Fernsehproduktion	754	20.4.3	Werbeträger	814
19.5.1	Phasen einer Filmproduktion im Überblick .	754	20.4.4	Werbeerfolgskontrolle.	816
19.5.2	Pre-Production	755		Aufgaben und Übungen, Literaturhinweise .	817
19.5.3	Produktion	756		Sachwortverzeichnis	818
19.5.4	Post-Production	758		Firmenverzeichnis	836