



Christian FRIES

GRUNDLAGEN DER Mediengestaltung

6., neu bearbeitete Auflage

- // KONZEPTION
- // IDEENFINDUNG
- // BILDAUFBAU
- // FARBE
- // TYPOGRAFIE
- // INTERFACE DESIGN

HANSER



bleiben Sie auf dem Laufenden!

Unser **Computerbuch-Newsletter** informiert Sie monatlich über neue Bücher und Termine. Profitieren Sie auch von Gewinnspielen und exklusiven Leseproben. Gleich anmelden unter:

www.hanser-fachbuch.de/newsletter



Medien

Herausgeber:

Professor Dr. Ulrich Schmidt

Weitere Bücher der Reihe:

Thomas Görne, Tontechnik

Roland Greule, Licht und Beleuchtung im
Medienbereich

Arne Heyna/Marc Briede/Ulrich Schmidt,
Datenformate im Medienbereich

Thomas Petrasch/Joachim Zinke, Videofilm

Hannes Raffaseder, Audiodesign

Gunther Rehfeld, Game Design und Produktion

Ulrich Schmidt, Digitale Film- und Videotechnik

Michael Steppat, Audioprogrammierung

Christian Fries

Grundlagen der Mediengestaltung

- // Konzeption**
- // Ideenfindung**
- // Bildaufbau**
- // Farbe**
- // Typografie**
- // Interface Design**

6., neu bearbeitete Auflage

HANSER

Herausgeber:
Prof. Dr. Ulrich Schmidt
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fachbereich Medientechnik

Alle in diesem Buch enthaltenen Informationen, Verfahren und Darstellungen wurden nach bestem Wissen zusammengestellt und mit Sorgfalt getestet. Dennoch sind Fehler nicht ganz auszuschließen. Aus diesem Grund sind die im vorliegenden Buch enthaltenen Informationen mit keiner Verpflichtung oder Garantie irgendeiner Art verbunden. Autoren und Verlag übernehmen infolgedessen keine juristische Verantwortung und werden keine daraus folgende oder sonstige Haftung übernehmen, die auf irgendeine Art aus der Benutzung dieser Informationen – oder Teilen davon – entsteht.

Ebenso übernehmen Autoren und Verlag keine Gewähr dafür, dass beschriebene Verfahren usw. frei von Schutzrechten Dritter sind. Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Buch berechtigt deshalb auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Buches, oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung – mit Ausnahme der in den §§ 53, 54 URG genannten Sonderfälle –, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2021 Carl Hanser Verlag München, www.hanser-fachbuch.de

Copy editing: Sandra Gottmann, Wasserburg
Coverconcept: Marc Müller-Bremer, www.rebranding.de, München
Coverrealisierung: Max Kostopoulos
Titelmotiv: © [shutterstock.com/Chaosamran_Studio](https://www.shutterstock.com/Chaosamran_Studio)
Datenbelichtung, Druck und Bindung: Eberl & Kösel GmbH, Altusried-Krugzell
Ausstattung patentrechtlich geschützt. Kösel FD 351, Patent-Nr. 0748702
Printed in Germany

Print-ISBN: 978-3-446-46945-7
E-Book-ISBN: 978-3-446-46966-2

VORWORT

Herzlich willkommen zur nunmehr 6. Auflage von „Grundlagen der Mediengestaltung“. Ich freue mich, dass dieses Buch Bestand hat und hoffentlich vielen zur einem guten ersten Einstieg in die Welt der visuellen Gestaltung von Medien verholfen hat.

Ob und wie Gestaltarbeit funktioniert, hat sich trotz des radikalen Wandels in der Medienwelt nicht geändert. Eine gute Bildkomposition z.B. in einer Filmszene bleibt eine gute Bildkomposition - auch nach 20 Jahren.

Klassische Gestaltungslehre ist gerade bei der Gestaltung von Benutzeroberflächen im Bereich der interaktiven Medien essenziell. Erfolgreiche Gestaltung muss professionell umgesetzt und kritisch getestet werden. Immer mit dem Ziel zu überzeugen.

Ich wünsche allen Lesern ein lehrreiches Arbeiten mit unserem Buch und danke für die vielen konstruktiven Zuschriften.

Christian Fries, August 2021

VOM RAUSCHEN ZUM BERAUSCHEN

Wir leben in einer Mediengesellschaft: Medien bestimmen unseren Alltag, unser Denken und Handeln, unsere Wahrnehmung von der Welt.

Die stetig wachsende Bedeutung der Medien wird niemand mehr ernsthaft infrage stellen. Um was es hier auf den nächsten 250 Seiten gehen soll, ist die Frage, wie in einer fortgeschrittenen Mediengesellschaft die Medien gestaltet werden müssen, um überhaupt wahrgenommen zu werden. Mit anderen Worten: Wie informiere und fasziniere ich aufgeklärte, medienerfahrene Menschen?

In einer Zeit, in der die Produkte immer ähnlicher und deshalb die Faktoren Gestaltung und Design immer **wichtiger** werden, braucht es professionell konzipierte Mediengestaltung.

Wir meinen damit: Gestaltung mit Ideen. Und es braucht kreative Menschen, die gestalten wollen und Lust am Gestalten haben.

Für genau diese Menschen ist dieses Buch gemacht.

Es bietet einen Einstieg in das komplexe Thema Mediengestaltung. Dabei können hier viele Themen nur angerissen werden. Zum weiteren Vertiefen in Farbe, Typografie oder Layout gibt es eine Fülle von Fachliteratur, einige wichtige Titel finden Sie in der Literaturliste am Schluss des Buches.

„Mediengestaltung“ ist ein Arbeitsbuch, kein Bilderbuch, sondern ein – verzeihen Sie den altmodischen Ausdruck – Lehrbuch. Denn wir gehen davon aus: Mediengestaltung ist erlernbares Handwerk. Deshalb ist dieses Buch pures **Handwerkszeug**. Es vermittelt die Basics und liegt am liebsten aufgeschlagen auf dem Arbeitstisch – mit Zetteln versehen und vielen Notizen. Für das Repräsentieren im Bücherregal ist es viel zu schlicht.

Das Arbeitsbuch Mediengestaltung will

- ▶ ... die Grundlagen und das Basiswissen für Mediengestaltung vermitteln. Dabei machen wir hier keinen Unterschied zwischen Offline-Medien wie Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern und Online-Medien wie Internetseiten oder Apps. Für alle Medien gelten dieselben Anforderungen am Markt: Es zählt die gute Idee und die gute Gestaltung. Denken Sie ab sofort nicht mehr in Medien, denken Sie einfach in Ideen.
- ▶ ... den Spaß am Gestalten zeigen
- ▶ ... Mut machen, den allerersten Schritt zum Selbgestalten wirklich zu gehen.
- ▶ ... Und es will animieren auszuprobieren. Auf geht's!

1. Teil Gestalterische Grundlagen

1 Neu sehen lernen ¹⁶

2 Kreativität und gestalterisches Arbeiten

26

3 Visuelle Grunderfahrungen ³⁸

4 Bildaufbau ⁶²

5 Bilder, Zeichen und Symbole ⁸⁸

INHALT

Alles beginnt mit dem richtigen Blick 18

Der ALDI-Test 20

Was ist Kreativität? 28

Phasen der Kreativität 29

Gestaltung 30

Keine Angst vor dem weißen Blatt 31

Die Schwerkraft oder der Zug nach unten 40

Optische Mitte 41

Waagrecht und senkrecht 42

Leserichtung 46

Symmetrie 48

Licht 50

Räumliches Sehen 54

Ergänzen und Reduzieren 56

Figur-Grund-Kontrast 58

Optische Täuschung 59

Visuelle Merkmale 64

Maus oder Elefant, Busch oder Wolke? 66

Gestaltwahrnehmung 68

Goldener Schnitt 70

Dreierregel 71

Komposition 72

Punkt, Linie und Fläche 76

Analyse 82

Wie stellt das Zeichen etwas dar? 90

Was stellt das Zeichen dar? 91

Warum Zeichen? 91

Abstraktionsniveau 93

6 Kommunikation und Wahrnehmung 98

Sprachliche Kommunikation 100
 Visuelles Denken und Kommunizieren 100
 Kommunikation und ihre Wirkung 101
 Sender-Empfänger-Modell 102
 Kommunikationsnebel 102
 Bildkommunikation 103
 Das Schema der Bildwahrnehmung 104
 Kick oder Klick? 105
 Assoziationen 106
 Bildgedächtnis 106
 Grundsätze 107
 Die Informationsarchitektur von Medien 108
 Gliederung von Information - Latch 111
 Medienunabhängige Architektur 112
 Die zwei Hälften unseres Gehirns 114

7 Interaktivität in den Medien 118

Interaktivität - was ist das? 120
 Das Internet 120
 Soziale Netzwerke 121
 Interaction Design 123
 Content und Community 126
 Nichts geht ohne Struktur 127
 Die Zielgruppe im Internet 127
 Der Aufbau einer Webseite 128
 Mobile First 129
 Schöner lesen 130

8 Konzeption 134

Grundlagen der Konzeption 136
Was ist eine gute Konzeptidee? 141
Das Image 142
Der Nutzen 142
Beispielkonzeption 144
Marke und Corporate Identity 148

9 Ideen finden 152

Woher nehmen ... und nicht stehlen? 155
Konzentration führt zu nichts 155
Kreativitätstechniken 157
Brainstorming 158
Vernetztes Denken 159
Jeder hat Ideen 162
Was zählt, ist die Ausführung 163
Wie sind sie, die Kreativen? 164
Leben ändern mit Spaß 166
Angst ist das Gegenteil von Kreativität 166
Freies Assoziieren 168
Ideen und Demokratie 171

10 Visualisierung 162

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte 174
Finden, Formen und Fragen 175
Alles eine Frage des Formats 178
Hoch oder quer? 178
Die Komposition von Flächen 181
Grundlegendes zum Thema Farbe 184
Farbwahrnehmung 186
Farbtypen 186
Das Küpper'sche Farbmodell 188
Von Giftgrün bis Kuschelgelb 189
Farbkontraste 190
Mit Farben gestalten 192

11 Bewerten von Gestaltung 206

12 Richtig präsentieren 212

Digitale Bildbearbeitung 193
 Über Schrift & Typografie 194
 Weg vom Lesen ... hin zum Gestalten 195
 Grundsätzliches zur Schrift 198
 Was Sie noch unbedingt wissen sollten 199
 Schriftmaß 200
 Klassische Verbote 200
 Hervorhebungen 202
 Ein paar Sätze zum Satz 203
 Bildschirmtypografie 204
 Lesen am Monitor 205
 An-Ordnung ist das halbe Leben 206
 Satzspiegel 207
 Gestaltungsraster 209
 Ein Wort zum Text 212

Argumente sprechen lassen! 218
 Was ist der Blickfang? 218
 Was ist das Versprechen? 219
 Was gibt es Neues zu sehen oder zu lesen? 219
 Sieht sie klasse aus? 219
 Ist das Ganze in sich stimmig? 219
 Pretest 220

Die Präsentation ist ... die Krönung 224
 Vorbereiten 225
 Start 225
 Wittern Sie die Signale! 226

Lexikon 234

Literatur 250

Index 254

ANFORDERUNGEN

Wer sich ein neues Handy kaufen oder den Telefonanbieter wechseln möchte, stellt schnell fest: Produkte und Dienstleistungen unterscheiden sich kaum noch voneinander. Entscheidend ist, wie Firmen auf sie aufmerksam machen.

Bei der Kommunikation kommt der Gestaltung der Medien die entscheidende Bedeutung zu. Gelingt es einer Anzeige, den Blick des Lesers auf sich zu ziehen, wird der schnelle Surfer das Pop-up an- oder wegklicken? Wenn sie Aufmerksamkeit gewinnt, wird die Mediengestaltung zum **elementaren Erfolgskriterium**. Nicht selten stellt sie den eigentlichen Zusatznutzen eines angebotenen Produkts oder einer Dienstleistung dar. In einem Umfeld ständig präsenter Konkurrenzangebote transportiert sie die Botschaft: Das ist das beste Angebot. Denn ein schlecht gemachtes oder langweiliges kann jederzeit von einer besseren Alternative übertrumpft werden - und die gibt es überall. In der Mediengesellschaft gilt Darwins „survival of the fittest“. So definieren wir als erste und wichtigste Überlebensregel im Medienschungel:

§ 1 Wer langweilt, wird mit Nichtbeachtung und Desinteresse bestraft. Wer begeistert, bekommt Aufmerksamkeit.

Wer überzeugen will, muss Folgendes beachten:

- ▶ Der **erste Eindruck** entscheidet.
„Look and feel“ entscheiden, ob Produkt oder Dienstleistung interessieren oder nicht.
- ▶ **Dranbleiben**
Die einmal geweckte Aufmerksamkeit muss belohnt und die Neugier am Leben erhalten werden; das heißt: keine Eintagsfliegen gestalten.
Durch die gesamte (Gestalt-)Arbeit muss sich ein roter Faden ziehen, der auch zu sehen ist!
- ▶ Der **Geduldsfaden** ist kurz.
Die Wahrnehmungszyklen haben sich verkürzt, unsere Geduld im Umgang mit den Medien ist sehr gering.
Eine Internetseite, die sich lang und länger aufbaut, wird schnell weggeklickt, und eine Zeitschrift, die nicht fesselt - etwa durch den Rhythmus von Bild und Text - wird weggelegt.

Ob Grafiker, Webdesigner oder Journalist, für alle gilt: Sie müssen andere von ihrer Sache überzeugen - auch mit Gestaltung. Und die fängt beim Sehen an.



Abb. 001

Gestalt sche

Grundlagen

Iteri-

1. Teil



Abb. 002

1
Neu sehen lernen



NEU SEHEN LERNEN

Alles beginnt mit dem richtigen Blick

In Kapitel 1:

- ▶ Was bedeutet neu sehen lernen?
- ▶ Warum ist es die Basis für jede Gestaltung?

Die erste und elementare Grundvoraussetzung für jede Gestaltung ist das **neue Sehen**. Wir wollen es hier die gestalterische Sichtweise nennen. Diese spezifische Sicht auf die Dinge nimmt die Umwelt anders wahr und ist mehr als das normale und erkennende Sehen, das die Dinge nur identifiziert.

Ein an Gestaltung geschultes Auge erkennt zusätzlich ästhetische Momente und Dimensionen, aber vor allem ist es fähig, die Bildhaftigkeit und den Bildaufbau des Gesehenen genau zu analysieren. Glücklicherweise gilt: Zu sehen, was wirklich alles zu sehen ist, zu erkennen, dass mehr zu sehen ist, als der bloße Augenschein vermuten lässt, das kann man lernen.

Analysieren wir aber zuerst einmal, wie das übliche Sehen funktioniert: Unser „normales Sehen“ ist ein Wahrnehmungsprozess, der auf beschleunigtes Erkennen getrimmt ist. Wir wollen (schnell) wissen, was sich vor uns befindet, wir sehen, vergleichen das Gesehene mit unserem im Gehirn befindlichen Speicher, stellen Übereinstimmungen fest, entscheiden: Was ist das? Kenne ich das? Interessiert mich das? Wir erkennen und sind fertig. Das Ganze läuft in Sekundenbruchteilen ab.

Neu sehen bedeutet, diesen Prozess zu **entschleunigen**, langsamer und gewissenhafter zu sehen: mehr sehen und nicht so schnell werten! Versuchen, erst einmal gar nicht zu werten!

Das Sehen, d.h., einen elementaren Bestandteil unserer Wahrnehmung zu verändern, ist ein mühsamer Prozess. Das braucht **Zeit** und fällt vielen Menschen nicht leicht. Sie haben Schwierigkeiten, Gewohnheiten zu verändern und sich Dingen länger zu widmen, die auf den ersten Blick uninteressant oder langweilig erscheinen. Aber es lohnt sich wirklich. Und wer das gelernt hat, wird von selbst zum besseren Gestalter. Wichtig dabei ist: Man muss das neue Sehen praktisch üben und sich **voll und ganz** darauf einlassen.

Unser Auge ist in der Lage, bestimmte Reize stärker ans Gehirn weiterzuleiten als andere, um so in bestimmten Situationen schnell reagieren zu können. Das Gehirn gewichtet und unterscheidet unwichtige Informationen von wichtigen. Dieser **Tunnelblick** ist bei der Reizüberflutung des täglichen Lebens sehr nützlich. So hilft er uns zum Beispiel, in einem von Produkten überfüllten Supermarkt genau das Richtige aus dem Regal herauszufischen, ohne uns permanent von anderen Reizen ablenken zu lassen.

Doch dieser Tunnelblick ist das genaue Gegenteil der **gestalterischen Sichtweise**. Dabei müssen wir zuerst lernen, die Dinge nicht mehr zu werten. Denn für die gestalterische Sichtweise ist die Welt zuallererst ein flächiges Erscheinen von Dingen - gleich gewichtet, ohne Vordergrund und Hintergrund und ohne tieferen Sinn.

Neu sehen lernen heißt auch, richtig **zweidimensional** zu sehen. Das bedeutet, in der zweidimensionalen Fläche die dritte Dimension mit zu sehen. Um diesen Blick zu schulen, ist Zeichnen eine gute Hilfe. Dabei geht es um ein permanentes Training unseres Blickes und nicht darum, überragende Kunstwerke zu produzieren. Wer sich eine Weile mit einem Objekt auseinandergesetzt hat, sieht anders, sieht neu. Nehmen Sie einen Bleistift und ein Blatt Papier und führen Sie die Übung 3 auf Seite 21 aus!

- ▶ Lernen Sie jetzt **neu sehen** und gehen Sie heraus aus dem Tunnel!

Viele Gestaltregeln sind entbehrlich, wenn ein angehender Gestalter richtig sehen gelernt hat. Es ist in jedem Falle sinnvoll, sich damit zu beschäftigen. Sicher kennen Sie die Situation, dass eine Gestaltung durch minimale Veränderung (dies ein wenig nach hier und das ein wenig größer) plötzlich deutlich attraktiver aussieht. Wer das neue Sehen aktiv trainiert, wird mit Sicherheit wie von selbst besser komponieren und gestalten.

Ein 50 Meter entferntes Objekt sehen wir zum Beispiel wesentlich kleiner, als wenn sich das gleiche Objekt direkt vor uns befindet. Viele Schwierigkeiten und Fehler, etwa beim Zeichnen, rühren daher, dass wir die Objekte zwar ver-

3-D-Gestaltung

Auch die Gestaltung mit 3-D-Programmen ist letztendlich zweidimensional, da der Betrachter das Endprodukt auf dem flachen Monitor oder Ausdruck ansieht und häufig feststellt: Das 3-D-Objekt sieht hervorragend aus. Die Fläche, die es umgibt, ist jedoch nur unzureichend in die Gestaltung mit einbezogen worden. Das bedeutet: Auch und gerade hier sollten die Umgebung, der Hintergrund aktiv mitgestaltet werden.

Der Mensch neigt dazu, diejenigen Dinge größer wahrzunehmen, die ihn gerade interessieren. So sieht ein Tennisspieler den Tennisball viel größer als er tatsächlich ist. Das Gleiche gilt für die Sonne. Wie ist das zu erklären?

Beweisen Sie Augenmaß:



Abb. 003 Große Sonne: So vermeinen wir sie zu sehen ...



Abb. 004 Kleine Sonne: ... und so groß bzw. klein ist sie wirklich.

schieden groß sehen, aber sie trotzdem gleich groß abbilden. Denn unser objektives Wissen sagt uns, dass die Objekte ja „in Wirklichkeit“ gleich groß sind. Ein geschultes Auge, das gestalterisch zu sehen gelernt hat, macht diesen Fehler nicht und kann differenziert wahrnehmen. Machen wir dazu jetzt einfach einmal einen kurzen Test.

Der ALDI-Test

Versuchen Sie aus dem Kopf, das ALDI-Logo zu zeichnen. Rufen Sie sich jetzt ins Gedächtnis, wie dieses markante Zeichen der Supermarktkette aussieht. Sie waren schon so oft dort, haben das Logo schon 1000-mal gesehen - aber wie steht es damit, dieses Logo wirklichkeitsgetreu aus dem Kopf zu zeichnen? Schwierig? (Sie kaufen nicht bei ALDI. Okay, dann nehmen Sie das Karstadt-Logo.) Manchmal verzweifelt man beim ALDI-Test. Der Grund ist ganz einfach: Sie haben dieses Logo zwar immer erkannt, aber noch nie seine Gestaltung analysiert und sich mit den Elementen dieses Zeichens auseinandergesetzt. Sie haben es noch nie **wirklich** gesehen. Hier den Blick zu schärfen und die einzelnen Elemente aktiv zu sehen und zu analysieren - die Farben, die geometrischen Formen, die zweidimensionale Betrachtung, dazu benötigen wir die **gestalterische Sichtweise**.

§ 2 Um Medien zu gestalten, müssen wir neu sehen lernen. Die gestalterische Sichtweise ist der Blick auf das Ganze. Wir lernen damit mehr und aktiver zu sehen. Das ist die entscheidende Basis für professionelle Gestaltung.

Fassen wir zusammen: Gestalterische Arbeit lässt sich nur erlernen, wenn man intensiv im Sehen und Betrachten geschult wird. Diese gestalterische Sichtweise ist die Basis für jede weitere Gestaltung. Sie ist erlernbar und mitnichten eine Gabe des Himmels, die nur wenigen Talentierten zur Verfügung steht. Diese Auseinandersetzung mit dem eigenen Sehen erfordert allerdings ein hohes Maß an Selbstdisziplin, Geduld und **Durchhaltevermögen**. Und der Wille, sich auf diese Sichtweise einzulassen, sollte wirklich vorhanden sein. Um

die Dinge mit den Augen eines Gestalters zu sehen, muss man die klassische „normale“ Sichtweise über Bord werfen. Denn zu sehen, was wirklich zu sehen ist, ohne sofort zu identifizieren oder zu werten, öffnet den Zugang zur eigenen Gestaltfähigkeit. Also: Mehr gucken, länger und genauer hinschauen und das „Gesehene“ später beschreiben können. Am besten fangen Sie gleich damit an. Nur so werden Sie wirklich zum Gestalter!

Übungen „Neu sehen“

1. Entdecken Sie die **Negativräume** einer Abbildung als wichtige Flächen der Gesamtgestaltung. Versuchen Sie, die Figuren (Abb. 005, 006) flächig zu sehen und sie nicht mehr zu erkennen. Auf den Kopf gedreht ist es einfacher!

2. Betrachten Sie die Fotos auf den folgenden Seiten (22,f.) einmal genauer. Hier sind Dinge zu sehen, die Sie vielleicht normalerweise gar nicht oder kaum mit Interesse anschauen. Häufig entdeckt man so seine Umwelt neu und erweitert das Bewusstsein. Das gilt für positive wie negative Eindrücke gleichermaßen. Entwickeln Sie ein **aktives** und permanentes Interesse an Ihrer Umgebung.

3. Betrachten Sie einen Tisch (S. 24) Ihrer Umgebung und zeichnen ihn ab. Wichtig ist es, von einem realen Objekt abzuzeichnen und nicht von einem Foto. Zeichnen Sie ganz einfach nur Linien und schätzen die Größenverhältnisse ab. Wie hoch ist die Tischfläche aus diesem Blickwinkel wirklich? Genauso hoch wie das Tischbein lang ist? Ein Viertel davon? - Aha! Und warum ist es auf Ihrer Zeichnung nicht so? So kommen Sie voran! Wer diese Elementarübung gemeistert hat, wird beginnen, die Dinge anders zu sehen. Ob Kinoleinwände, Webseiten oder Plakate - 99 % aller Gestaltungen sind flächig! Lernen Sie, **flächig** zu sehen. Ganz nebenbei lernen Sie so auch zu zeichnen ...

4. Betrachten Sie die beiden Gemälde (Abb. 010, 011) von Elizabeth Johns auf Seite 25. Lassen Sie sich bewusst lange Zeit. Welches gefällt Ihnen besser? Wenn Sie sich richtig quälen wollen, o.k., sagen Sie noch, warum. ■



Abb. 005



Abb. 006



Abb. 007



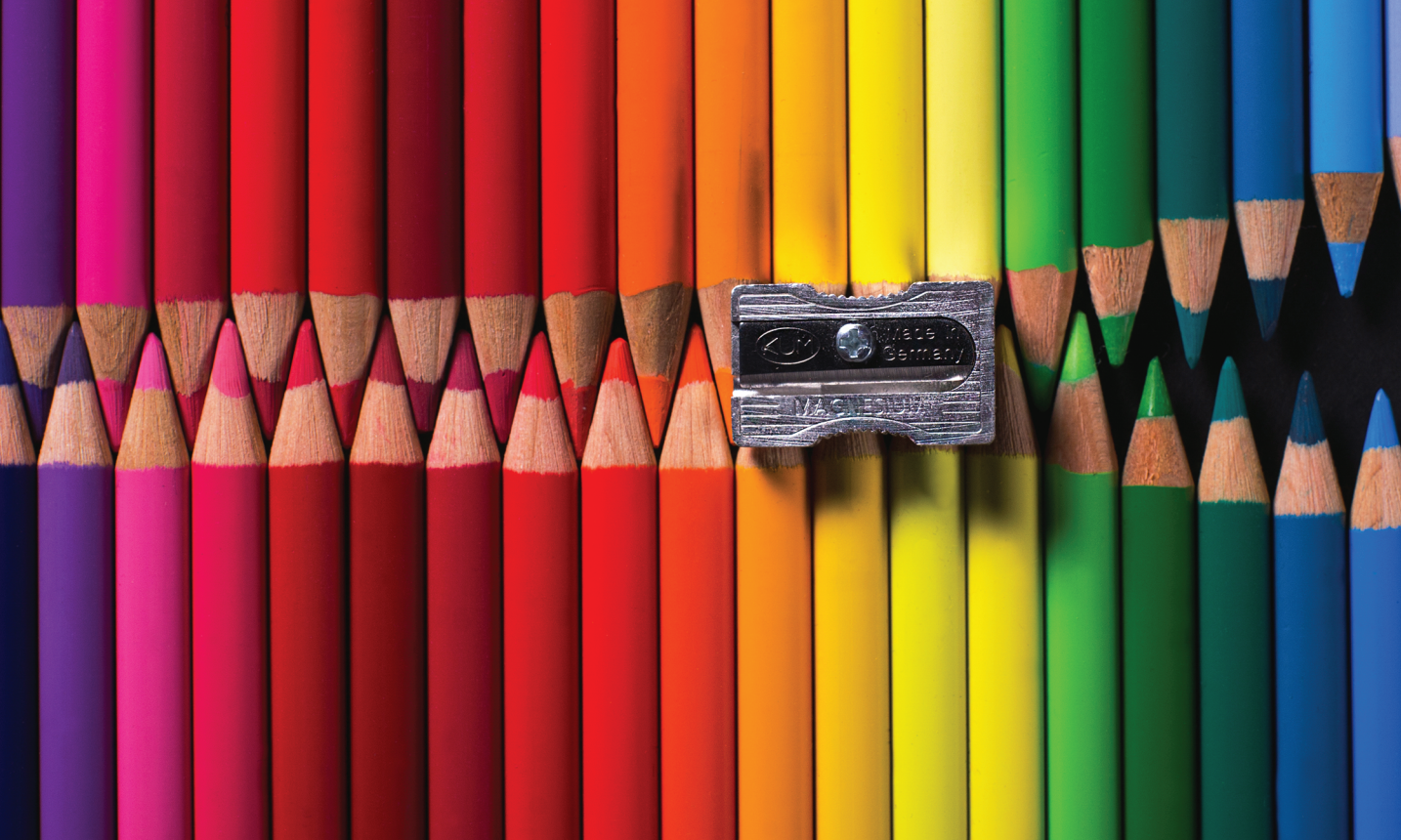




Abb. 008

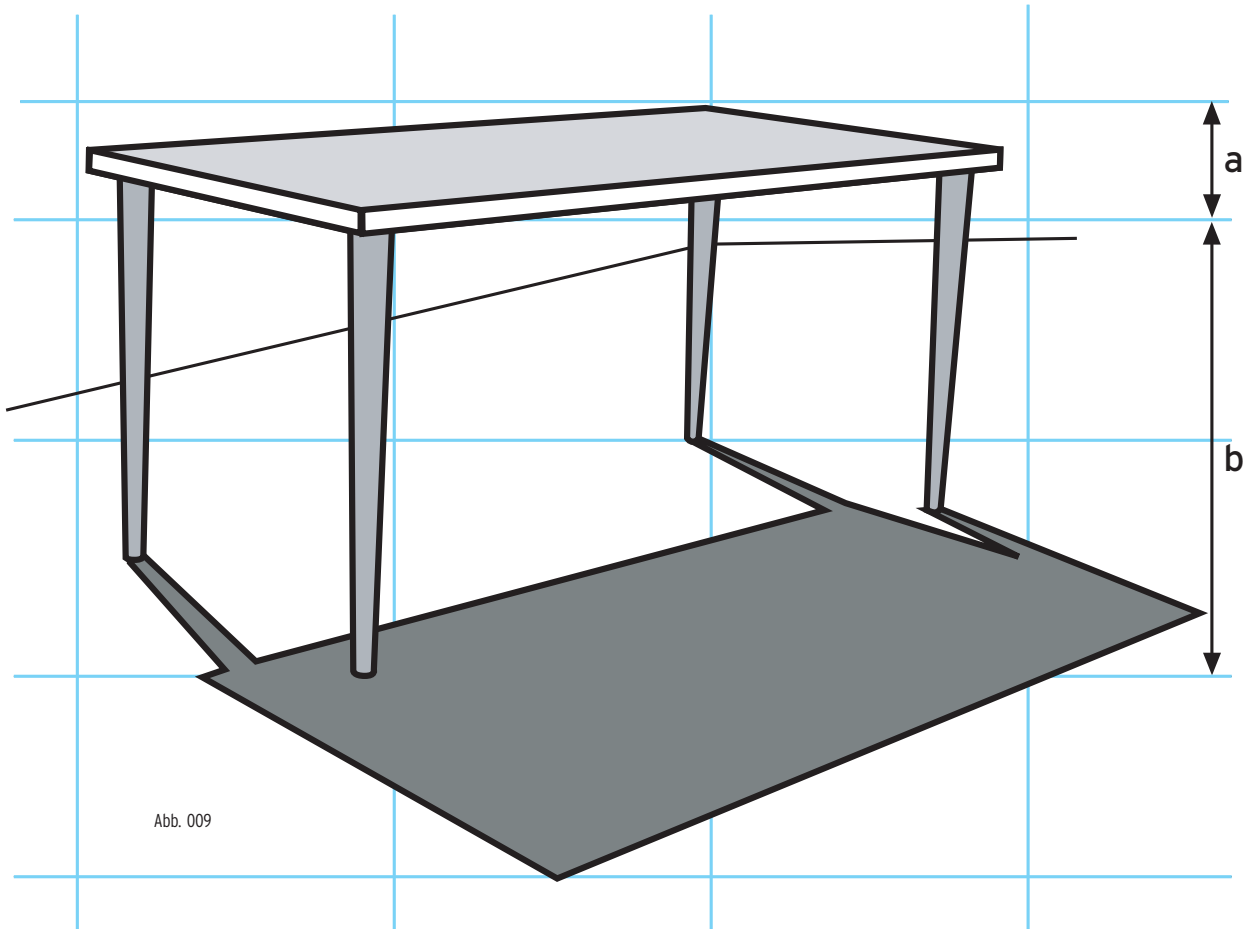


Abb. 009