

von Jürgen Funcke und Volker Ronneberger

Text im Bilde

Texte im Zusammenspiel mit Bildern

Bildunterschriften, Bildüberschriften, Marginaltext daneben: Text steht nicht nur auf Bildern, sondern vor allem daneben. Handelt es sich nicht gerade um eine streng angelegte technische Dokumentation oder einen aus der Datenbank publizierten Katalog, dann haben wir einige Freiheiten, kreativ mit solchen Text-Bild-Kompositionen umzugehen.

Auch innerhalb dieser »grafischen Freiheit« werden oft Bilder und zugehörige Texte nach einem festen Schema auf der Seite angeordnet, obwohl das funktional gar nicht notwendig ist und grafisch oft zur Hausmannskost wird. Und so begreift sich manch ein Layouter als Herrscher über Text und Bild, kürzt und beschneidet, ob es inhaltlich passt oder nicht. Bilder sind jedoch keine bunten Flächen, die zur Auflockerung des Layoutes dienen, sondern haben einen Inhalt und tragen eine eigene Gestaltung in sich.

Wenn die Bilder vorliegen, steht als erstes hier eine Analyse an: Welche Formen oder Bewegungs-Richtungen werden durch die Kompositionslinien des Bildes vorgegeben? Welche Farben und welche Kontraste spielen im Bild eine Rolle? Die im Bild gefundenen Inhalte und Gestaltungen müssen dann mit der übrigen Seite harmonieren und hier aufgenommen werden.

Augen zaubern

Nehmen wir zum Beispiel die Augen, denen eine besondere Zauberkraft innewohnt. Treffen wir einen Menschen das erste Mal, sagt uns ein Blick in die Augen des Gegenübers, ob wir die Person sympathisch finden oder nicht, und bei einem Portrait sind es als erstes die Augen, auf die unser Blick fällt; die »Eyecatcher«, sozusagen.



Headline



Headline

Lange stand Fritz am Meer und versuchte, einen Fisch für das Abendessen zu fangen.



Lange stand Fritz am Meer und versuchte, einen Fisch für das Abendessen zu fangen.

Wird solch ein Portrait platziert, müssen wir diese Gegebenheiten in die Gestaltung mit einbeziehen. Ein Betrachter schaut zunächst auf die Augen der abgebildeten Person und folgt deren Blickrichtung. Somit wird eine Spannungsachse für das eigene Layout vorgegeben. Schade, wenn dann der lesende Blick im Nichts oder beim Konkurrenzblatt-lesenden Gegenüber landet.

Weitere Elemente spielen bei der endgültigen Anordnung eine Rolle: Wollen Sie zum Beispiel eine Headline platzieren, die bereits durch einen großen Schriftgrad und Farbgebung dominant ist, dann sollte diese Dominanz nicht mit einem ebenso aussagekräftigen Bild kollidieren und dadurch Spannung im Layout reduzieren.

Die Headline im Nacken des Punks (Seite 51) wirkt aus eben diesen gerade vorgestellten Gründen deplatziert (lediglich ein besonderer Inhalt kann diese Positionie-

rung favorisieren, etwa »Kein Interesse«. In diesem Fall interpretiert die Positionierung bereits das Bild). Die Blickrichtung mit einbezogen, wirkt die Gestaltung harmonisch. Wichtig ist bei dieser Bildvorlage, dass der Text nicht genau auf der Blickachse, sondern leicht daneben liegt und so zwischen zwei Akzenten eine Spannung aufgebaut wird.

So wie die Augen eine Richtung vorgeben, können das auch andere Bildelemente übernehmen und so eine Beziehung zwischen dem Bild und dem Text, sei es eine Headline oder die Bildunterschrift, erzeugen. Der Text neben der angelnden Person bezieht sich auf eben diese Situation und sollte nicht in der unendlichen Weite der See verschwinden. Der neben dem Bild platzierte Text schafft zudem zusätzlichen Weißraum auf der Seite, was der Gestaltung in der Regel zugute kommt.

Am Morgen des dritten Tages passierten wir den Fluss.



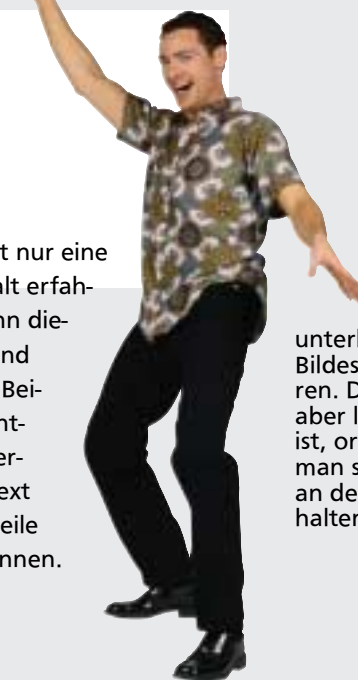
Nach der 44sten Runde kam das Rennen in die entscheidende Phase. Müller setzte sich in seinem roten Wagen an die Spitze.





Lange stand Fritz am Meer und versuchte, einen Fisch für das Abendessen zu fangen.

Selbstverständlich kann man Bildunterschriften, wie es alle machen,



unterhalb des Bildes platzieren. Da das aber langweilig ist, orientiert man sich besser an den Bildinhalten.

Im aktuellen Beispiel lässt sich der Text auch relativ gut auf das Bild legen, rechtsbündig, formatiert um wieder die Zuordnung zum Angler zu erhalten. Passen Sie aber auf, dass längerer Text auf einem Bild nicht die Bildaussage überflutet und zunichte macht.

Enthält das Bild dynamische Bewegungen, so können diese auch außerhalb des Bildes im Text weitergeführt werden. Text

neben Bildern kann also nicht nur eine Betonung durch den Bildinhalt erfahren (oder umgekehrt), er kann diesen auch formal aufgreifen und fortführen. So lässt sich zum Beispiel eine Brücke durch die entsprechend platzierte Bildunterschrift verlängern oder der Text ergänzt abgeschnittene Bildteile wie in dem Foto vom Autorennen.

PAPPIER

Die Invers wurde in den letzten 12 Monaten auf folgende Feinpapiere gedruckt:

Ausgabe 3/2001
Arjo Wiggins
»Rives Tradition«

Ausgabe 4/2001
Salach Papier
»Salabulk«

Ausgabe 5/2001
Igepa
»Munken Print Extra«

Ausgabe 6/2001
Schneidersöhne Papier
»Colorit«

Ausgabe 7-8/2001
Deutsche Papier
»Drive Diamant«

Ausgabe 9/2001
Sappi Fine Paper Europe
»Magno Pearl«

Ausgabe 10/2001
Scheufelen
»Phoenix Imperial«

Ausgabe 11/2001
Neusiedler
»Color Copy«

Ausgabe 12/2001
Sappi Fine Paper Europe
»Magno Star«

Ausgabe 1/2002
Sappi Fine Paper Europe
»Magno Satin«

Ausgabe 2/2002
Salach Papier
»Salaprint«

Ausgabe 3/2002
M-real
»Euro Art«

Euro Art von M-real

Wie sehr beeinflusst ein Druckpapier die Bildwiedergabe? Dieses Invers wurde auf Euro Art (115 g/m²) von M-real verwirklicht. Ein Bilderdruckpapier, das bekannt ist für seine mehrfach gestrichene, homogene Oberfläche. Sie ermöglicht einen sehr gleichmäßigen Ausdruck, selbst in feinen Rasterpartien. Hinzu kommt die hohe, aber neutrale Weiße des Papiers – schließlich sollte die Eigenfarbe nicht den Bildeindruck verfälschen. Und: Euro Art ermöglicht einen hohen Druckglanz, wodurch Farben »knackiger« wirken und Details schärfer zur Geltung kommen. Wir empfehlen das Papier besonders, wenn es Ihnen auf hervorragende Druckergebnisse und Realisierungssicherheit ankommt. Zum Beispiel für hochwertige Broschüren und Geschäftsberichte oder auch Bildbände und Kalender. Am besten Sie testen Euro Art selbst einmal!

M-real alliance represents
M-real Corporation and Myllykoski Corporation.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

m-real

www.m-realalliance.com

