

## Digitale Illustration

Aufgabenstellung/Thema:

### Helden und Antihelden 2010

In dem Kurs digitale Illustration sollen mittels aller verfügbaren Gestaltungstechniken Plakate im Format A2 zum Thema Helden/Antihelden unserer Zeit entstehen. Mittels dem Programm Illustrator, Photoshop usw. werden wir fotografische oder handerzeugte Portraits überarbeiten und spannend in Szene setzen. Die besten Ergebnisse werden am Ende des Semesters ausgestellt.



Ein **Held** ist eine (meist männliche) Person mit besonders herausragenden Fähigkeiten oder Eigenschaften, die sie zu besonders hervorragenden Leistungen, sog. Heldentaten, treibt. Dabei kann es sich um reale oder fiktive Personen handeln, also um Gestalten der Geschichte, aber auch der Legende oder Sage. Die Taten des Helden bescheren ihm entsprechenden Heldenruhm. Seine heldischen Fähigkeiten können von körperlicher Art (Kraft, Schnelligkeit, Ausdauer etc.) oder auch geistiger Natur sein (Mut, Aufopferungsbereitschaft, Einsatzbereitschaft für Ideale oder Mitmenschen). Helden stehen meist in einem Gegensatz zum Schurken oder Feigling.

Ein **Antiheld** (*Gegenheld*) ist ein Figurentypus der darstellenden Kunst (Literatur, Film oder Comic). Während die dramatische Hauptfigur (der Protagonist) einer Geschichte durch ihre überlegene Charakter-, Verstandes- oder moralische Stärke zur Identifikation einlädt, ist es beim Antihelden gerade eine Schwäche, die sympathisch wirkt. Er ist etwa moralisch stark, aber verstandesschwach wie Don Quijote oder Simplicius Simplicissimus.

Der Antiheld entwickelt sich vom vormals in seinem Streben als vorbildliche Figur des tugendhaften Helden zum eher untugendhaften Protagonisten, der aber trotz allem ein Held ist, da er sich durch subtilere Tugenden auszeichnet.

Definitive Abgabetermine: (Danach wird nichts mehr angenommen!)

Illustrationsentwürfe ausgedruckt Din A3 - **29.4.2010**

Plakatentwürfe in s/w Din A3 (mind. 3 Entwürfe!) **27.5.2010**

Plakate farbig ausgedruckt Din A2 - **24.6.2010**

Endabgabe in digitaler Form, PDF aller Entwürfe auf CD - **9.7.2010**

Termine (Änderungen vorbehalten)

18/19.3 + 1/2.3 + 15/16.4 + 29/30.4 + 13/14.5 + 27/28.5 + 10/11.6 + 24/25.6 + 8/9.7

## Illustration - Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Bereits in antiken Buchrollen und Kodices finden sich – wenn auch selten – Illustrationen.

Im Mittelalter, d. h. vor der Entdeckung der Buchdruckerkunst und der damit möglichen technischen Vervielfältigung, in Handschriften also, wurden als Illustrationen – man spricht dann von „Illumination“ bzw. „Buchmalerei“ – gemalte Buchminiaturen verwendet, zum Beispiel in Form von Initialen. Nach Gutenberg wurden in der Regel – analog zum Druck des Textes in beweglichen Lettern – Holzschnitte verwendet, die in einzelnen Fällen auch handkoloriert wurden.

Eine für die Illustrationskunst wichtige historische Phase war die Reformationszeit. Sie führte zu einem Höhepunkt in der weiten Verbreitung von Flugblättern, die bei Massenherstellung oft sogar auf Text weitgehend verzichteten; das Publikum war in der Regel analphabetisch.

Das Holzschnitt-Verfahren wurde etwa um 1600 vom Kupferstich verdrängt, dieser dann in den kommenden Jahrhunderten durch zahlreiche andere Techniken ersetzt – bis hin zum perfekten modernen Farbdruck. Vor allem die Xylographie (= Holzstich im Unterschied zum Holzschnitt) wurde im 19. Jahrhundert zur beherrschenden Illustrationstechnik in Büchern. Später trat die von Alois Senefelder in München entwickelte Technik der Lithographie (=Steindruck) hinzu.

Mit dem Aufkommen der Fotografie rückte die graphische Illustration in den Hintergrund. Schon Wilhelm M. Busch, einer der führenden deutschen Literaturillustratoren, beklagte Mitte der sechziger Jahre des 19. Jahrhunderts den Rückgang derselben.

Die erklärende Illustration entwickelte sich dagegen zur **Informationsgrafik**, die sich um eine möglichst effiziente Vermittlung von Fakten bemüht und dabei großen Wert auf Klarheit, Genauigkeit und Anschaulichkeit legt. Beim Menschen steht die visuelle Wahrnehmung an erster Stelle der Informationsaufnahme. Texte müssen erst verstanden und danach inhaltlich eingeordnet werden. Informationsgrafiken haben hier Vorteile, wenn sie dem menschlichen Gehirn die Sachinformationen in vorbereiteter Form servieren. Darin liegen die Stärken der Infografik und ihr Vorteil gegenüber den anderen journalistischen Disziplinen. Ein bekanntes Sprichwort fasst dieses sehr einprägsam zusammen: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Meinungen, Bewertungen, Einordnungen haben in einer Infografik keinen Platz. Sie gehören in einen Text ebenso wie das Beschreiben von Gefühlen. Die Darstellung von Gesichtern oder Personen, Handlungen und komplexen Situationen werden in diesem Genre illustriert, Landschaften oder Kunstobjekte dagegen können auch fotografisch dargestellt werden.

In den letzten 50 Jahren nahm die „gewerbliche Illustration“ stark an Bedeutung zu, und zwar vor allem in der Werbung und der Verpackung von Produkten. Hier wird Illustration eingesetzt, um dem Betrachter eine schnell erfassbare Visualisierung von Informationen zugänglich zu machen, die ergänzend zum Text im klassischen Sinne „illustrieren“ („erleuchten“ im Sinne von „nicht-textliche Informationen verfügbar machen“) sollen. Beispiele hierfür sind Gebrauchsanleitungen und Explosionszeichnungen. Gern werden Illustrationen auch zur Vermittlung von „Moods“ (Stimmungen) eingesetzt, welche dem beworbenen Produkt eine durch textliche Informationen nur unzureichend vermittelbare Konnotation oder emotional aufgeladene Stimmung verleihen (zum Beispiel eine „nostalgische“, „moderne“ oder „aggressive“ Stimmung).

Illustrationen werden auch eingesetzt in der (Werbe-)Filmherstellung und zum Skizzieren von sogenannten „Layouts“, damit in der ersten Phase der Präsentation einer Kampagne bei einem Auftraggeber durch zeichnerische Visualisierungen keine Fotografien eingesetzt werden müssen, da bei deren Herstellung durch die

einzusetzenden Mittel, die anfallenden Kosten recht viel höher wären, als sie durch ein paar Zeichnungen sind. Diese Formen der Illustration gelangen nicht an die Öffentlichkeit (sogenannte „Below the Line“-Illustration). Öffentlich sind Werbeillustrationen, die im Druck erscheinen, sei es als Plakat, als Anzeigenmotiv oder als bewegtes Bild in der Animation.

Verbreitet ist das digitale Malen unter Illustratoren und Gestaltern z. B. von Bildwelten der Computerspiele und gemalter Szenerien für Kinofilme. Hier werden die schnelle Arbeitsweise, die Korrigierbarkeit jedes Arbeitsschrittes und die Kopierbarkeit der Bilder geschätzt. Die Bearbeitung digitaler Dateien ermöglicht die direkte Erstellung druckfähiger Versionen der grafischen Arbeit. Ein wichtiger Vertreter dieses Genre ist der Amerikaner Craig Mullins, der 1994 als einer der ersten Grafikdesigner eine kommerzielle Produktion ausschließlich digital erstellt hat.