

PUBLIZISTIK

Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung

Herausgegeben von Christina Holtz-Bacha • Arnulf Kutsch
Wolfgang R. Langenbucher • Klaus Schönbach

51. Jahrgang

Heft 2 • Juni 2006

Albert Ernst: *Wechselwirkung*. Textinhalt und typografische Gestaltung. – Würzburg: Königshausen & Neumann 2005, 287 Seiten, Eur 39,80.

Die wesentlichen Arbeiten, mit denen ein Grafiker in seinem Berufsalltag zu tun hat, sind die immer wieder neue gestalterische Anordnung von Bild und Text auf einer Fläche. Kein Wunder, dass dabei die intensive Auseinandersetzung mit der Typografie eine Hauptrolle spielen sollte. War der Begriff Typografie in den 1980er Jahren noch mit Buchdruckerkunst umschrieben und das Lehrangebot an Gestaltungshochschulen eher marginal besetzt, so änderte sich das im Verlauf der 90er Jahre erheblich. Bis heute gibt es kaum noch eine Hochschule für Design, wo nicht mindestens eine Professorenstelle sich der typografischen Gestaltung widmet.

In weiten Teilen der Gesellschaft bleibt der Begriff Typografie jedoch ein Fremdwort. Obwohl wir im Alltag von typografischen Erscheinungsformen massenhaft umgeben sind, wird von vielen die typografische Gestaltung, wenn überhaupt, eher unterbewusst wahrgenommen. Die Buchstaben des Alphabets, diese »26 schwarzen Tänzer«, wie Hans Magnus Enzensberger sie in seinem Gedicht »Altes Medium« nennt, sind das universelle Zeichensystem schlechthin. Aus diesen Zeichen lassen sich Worte, Sätze und Texte kombinieren, die Sinn und Inhalte vermitteln zum sozialen und kulturellen Selbstverständnis der Menschen untereinander. Wenn sich der Gestalter nicht zum Dekorateur degradieren lassen will, so bietet sich im weiten Feld der Typografie eine Vielfalt von Möglichkeiten an, vom Inhalt heraus die Form zu entwerfen.

Wissenschaftlich fundiert und praxisnah schreibt der Autor Albert Ernst nicht nur von diesen Möglichkeiten, sondern auch von Textinhalt und typografischer Gestaltung, deren An-

mutungsqualitäten und Wechselwirkungen in Bezug zur Wahrnehmung. Als diplomierter Designer und Dozent weiß der Autor, wovon er spricht, wenn er den aktuellen Forschungsstand darstellt und im Textzusammenhang inhaltsge- rechte und inhaltsbetonende Typografie ver- deutlicht.

Er unterteilt sinnvoll und zum besseren Ver- ständnis Alltags-, Lese-, Werbe- und künstleri- sche Typografie. Seine Rechercharbeit ist aus- führlich, alle wichtigen Fachleute kommen zu Wort, und eine ausgesuchte Fülle beispielhafter Abbildungen ergänzen seine Ausführungen tref- fend. Überzeugend belegt er, dass Typografie nicht nur dem gestalterischen Aufräumen zur besseren Lesbarkeit dient, sondern dass inhalts- gerechte Typografie auch künstlerisch, illustrativ und inszeniert daherkommen kann und somit Gestaltung und Inhalt untrennbar zueinander in Beziehung stehen. Kritisch analysiert und be- schreibt er typografische Erscheinungsformen am Beispiel von Büchern, Zeitungen, Zeitschrif- ten, Anzeigen etc. und stellt die Frage: »Warum gibt es eigentlich keine Typografiekritik?« Den gestalterischen Mitteln über die Makrotypogra- fie bis zur Detailtypografie wie auch den Rah- menbedingungen der typografischen Gestaltung sind ausführliche und für die Praxis hilfreiche Kapitel gewidmet, abgerundet mit einem Glos- sar, das Fachbegriffe erklärt.

Auch wenn die Sprache ein wenig leidet, be- dingt durch das wissenschaftliche Korsett, ist das Buch eine wichtige Publikation, in Theorie und Praxis, zum Stand des aktuellen Diskurses in der Typografie. Der sorgfältig gestaltete und herge- stellte Band, der Text- und Bildebene funktional und auf hohem ästhetischen Niveau miteinander kombiniert, gehört nicht nur in die Hände von Fachleuten und Studenten, auch dem interessier- ten Laien bietet er eine Fülle spannender Infor- mationen. UWE GÖBELS, Bielefeld/München