

Timothy Speed

verdammt sexy

Die Mediengestalter in der Krise

Die Medienbranche, die Praxis der Gestalter
und die Zukunft von Werbung und Internet

Inhalt

Teil 1: Der Gestalter und sein Narzissmus	7
Der Ich-Gestalter	9
Der Mediengestalter als Gott	15
Die anonymen Gestalter	28
Der Waffenschein für Mediengestalter	30
Die Probleme innovativer Werbung	33
Ein Fluss voll Coca Cola / Werbeprojekt	37
Das Plakat / Werbeprojekt 2001	38
Medien machen sexy oder Wie man Gestalter wird	38
Wie die Gesellschaft den Mediengestalter sieht	52
Ausflüchte der Medientheorie	54
Der Mann und die Frau auf der Straße	59
Geschichte in den Medien	63
Medien und Zukunft	67
Die Gestaltung der Zukunft	68
Der kostenlose Arbeiter als Ideal	74
Das Phänomen Spaß	79
Der kreative Arbeiter	81
Die Ohnmacht der Metaphern und die Ware	
Kommunikation	86
Das emotionale Internet	92
Der Cyber-Wald / Art-Projekt	98
Widerstand im Internet	99

Teil 2: Der Gestalter und das Internet	101
Interface-Gestaltung	103
Die Entwickler als Ich-Gestalter	106
Ablehnung der Technik	107
Das Ausbildungsproblem	109
Die Visionäre	in
Familie und Mediengestaltung	112
Kommerzialisierung, Speed und Arbeitswahn	113
Vergeudete Innovation	119
Online-Redaktionen	121
Wo bleibt die Subkultur?	124
Das ehrwürdige Medium	130
Flashcartoons und Cyber-Trick	132
Gestaltungsfeindlich?	135
Der Werbebanner	137
Webentertainment	139
Interactive Entertainment oder Interactive Art	143
Sex als Gestaltungsformel	152
Big Brother und non-lineare Erzählung	154
Interaktive Werbung oder ein Plakat in Äthiopien	157
Gestaltungs-Dogmen	158
Exit - Internet	160
Schlusswort	162