

MTIV PROCESS, INSPIRATION
AND PRACTICE FOR THE
NEW MEDIA DESIGNER
BY HILLMAN CURTIS

Markt+Technik Verlag

DIE DREI ABSCHNITTE DIESES BUCHS Dieses Buch soll kommunizieren. Ich möchte die wichtigsten Punkte im Grafikdesign aus meiner Sicht klar und deutlich erklären, und Sie sollen etwas davon haben. Also habe ich das Buch in drei Teile unterteilt. Wie bei einem guten Design dient jeder Teil einer bestimmten Funktion, die in Kombination mit den anderen ein Ganzes ergibt. Dieses Buch beginnt mit den Grundlagen darüber, wie wir bei hillmancurtis, inc. arbeiten und endet mit Tipps, wie aus Ihnen ein sehr guter Designer wird. Es ist ebenso ein Design-Lehrbuch wie eine Hommage an das Handwerk, eine Erforschung von Ideen und eine Autobiografie über mich als Künstler im 21. Jahrhundert.

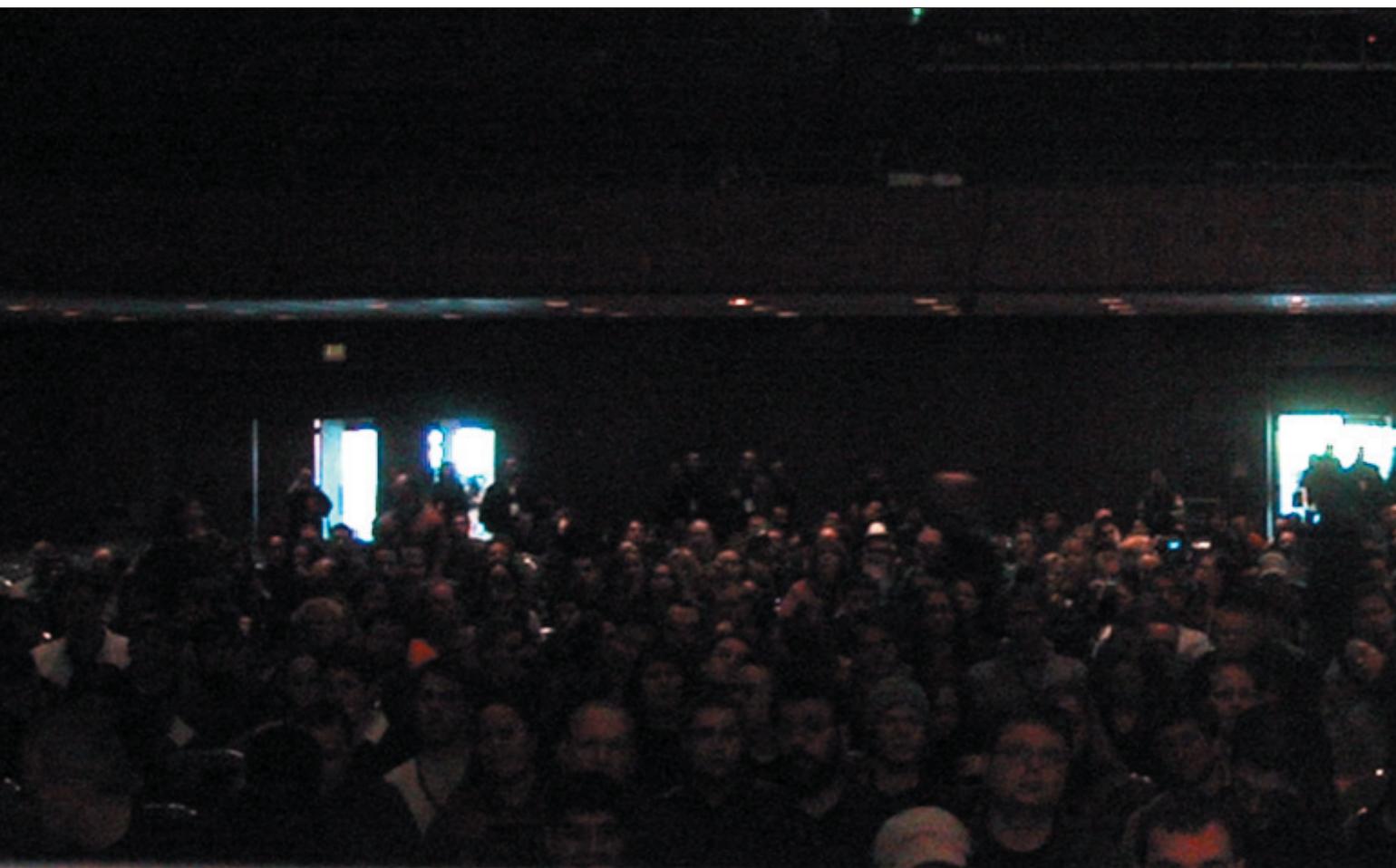
PROCESS Meine Firma, hillmancurtis, inc., hat eine Vorgehensweise entwickelt, die, wie ich glaube, einzigartig ist: Sie hilft uns, schnell konsistente und punktgenaue Designs für Neue Medien zu entwickeln ... diesen Prozess möchte ich Ihnen vorstellen. Bei hillmancurtis, inc. durchläuft jedes von uns akzeptierte Projekt einen speziellen Sieben-Stufen-Prozess, den meine Mitarbeiter und ich gemeinsam entwickelt haben. Dieser Prozess hat unserem kleinen Unternehmen die Ehre eingebracht, die Adobe-Website überarbeiten zu dürfen und beim Design von RollingStone.com mitzuarbeiten. Diesen Prozess haben wir auf einige andere Sites angewendet, unter anderem auf das Redesign unserer eigenen Site, auf Dutzende von Flash-Spots und schließlich auf die Konzeption, die Regie, die Beleuchtung und die Aufnahme mehrerer Spots für Fernsehen und Streaming Video ... alles in einem Jahr.

Jeder Schritt – ob theoretisch oder praktisch – ist ein fester Bestandteil des Endprodukts. In diesem Abschnitt werde ich unsere Vorgehensweise in allen Einzelheiten erläutern und erklären, wie wir dadurch Konzepte entwickeln und dann schnell die passenden Design-Stile dafür entwerfen können.

INSPIRATION Für mich ist Inspiration mehr als ein schneller Gefühlsausbruch, der einen kreativen Akt nach sich zieht. Es ist die Summe von allem, was Ihnen je begegnet ist und Ihren kreativen Geist informiert hat. Jedes Buch, das Sie jemals bewegt hat, jede Note in einem Musikstück, die Sie hat aufhorchen lassen, jedes Gemälde, das Ihnen gefallen hat. Seltener ist es das Ergebnis einer göttlichen Eingebung, obwohl es auch dafür Beispiele geben soll. Dichter und Künstler haben immer von ihren Ahnen geborgt. Picasso, inspiriert von afrikanischen Masken, entwickelte in seinem Gemälde von einem Bordell, Les Femmes d'Alger (O. J. M.), den Stil, der später Kubismus genannt wurde. William S. Burroughs wendete in Naked Lunch (Grove Press) den Montage-Stil aus der Malerei auf Text an. Junge Künstler der Renaissance bildeten sich weiter, indem sie bei den Älteren in die Lehre gingen und ihre Arbeiten imitierten. Wir als Grafikdesigner sind Teil dieses Kontinuums, dieser Geschichte von Kunst und Ausdruck. Ein Spaziergang durch diese Geschichte ist reine Inspiration. Unsere Werkzeuge mögen vielleicht neu sein, aber was wir tun, ist so alt wie die Höhlenmalerei.

Dieser Abschnitt ist eine Art Katalog von denen, die mich inspirieren. Filmemacher, Dichter, Maler und andere, die Anteil an meiner Arbeit hatten. Ich schulde ihnen Dank sowohl für ihren Beitrag zur Welt der Kunst als auch – indirekt – zu meiner Arbeit. Ich führe sie hier auf, damit auch Sie von ihren Worten, Ideen und ihrer Brillanz profitieren können. Und damit Sie die Stimmen kennen lernen, die Sie inspirieren.

PRACTICE Dieser Abschnitt richtet sich an Designer wie mich. Autodidakten, gierig nach neuem Wissen. Das sind Leute, die sich selbst neu erfunden haben. Leute, die ihr Glück nicht glauben wollen, etwas gefunden zu haben, bei dem sie kreativ sein, Fehler machen und daraus lernen können, etwas nebenbei aufnehmen und eine der wichtigsten Disziplinen unserer Zeit mitgestalten können. Dieser Abschnitt zielt auch auf diejenigen ab, die sich als Designer schlecht ausgerüstet fühlen. Diejenigen die denken, dass ihre Kenntnisse über Geschichte, Literatur oder Wissenschaft für das Design keine Bedeutung haben. Diejenigen, die die Programme nicht kennen und die der Jargon nur verwirrt. Begriffe wie Kerning, Progressives QuickTime, Title Safe, CSS, Datenrate, Codecs und Durchschuss bringen Sie völlig aus dem Konzept, wenn Sie nicht wissen, wovon die Rede ist. Da ich selbst einmal Anfänger war, ist die Designpraxis in einer Art »Alles-was-ich-schon-immer-über-Mediendesign-wissen-wollte-mich-aber-nie-zu-fragen-getraut-habe«-Abschnitt angelegt.



WARUM DIESES BUCH Meine Vergangenheit ist vielseitig. Ich habe kreatives Schreiben und Filmtheorie in der Schule gehabt. Dann war ich mit einer Rockband auf Tournee in Großbritannien – trampete allein durch Amerika, nachdem ich *On the Road* von Kerouac gelesen hatte ... und arbeitete in fast jedem vorstellbaren Job, vom Tellerwäscher über Hausanstreicher, Kellner und Nachtclub-Barkeeper bis zum Lagerarbeiter ... vom kreativen Schreiben und der Filmtheorie lernte ich, Themen zu finden, und von den fürchterlichen Jobs erwarb ich die Fähigkeit, das Glück zu erkennen, wenn ich es sah ... und Designer zu sein ist für mich ein Glück. Also ehre und respektiere ich es und denke ständig daran. Ich überlege mir Wege, meine Designarbeit und meine Konzeptionen zu verbessern und arbeite daran, die unsichtbaren Themen effektiver zu kommunizieren. Folgendes möchte ich mit diesem Buch erreichen: Ich möchte unseren erprobten Prozess mit Ihnen teilen, und ich möchte den Respekt und die Begeisterung weitergeben, die ich für das Design Neuer Medien empfinde. Und ich möchte das Buch mit Bildern voll packen ... Ich möchte, dass es ein Buch wird, das Designer öffnen, wenn sie blockiert sind, nach Ideen suchen oder ihren Wert als Designer hinterfragen. Mit anderen Worten: Ich möchte ein Buch für mich selbst schreiben ... und hoffe, ich bin nicht allein.

