

Content

Brigitte Felderer / Margarete Jahrmann	9	Play & Prosume. Zum kuratorischen Konzept
Michael Wallraff	15	Zur Verräumlichung des Virtuellen (Film wird zum Raum)
Margarete Jahrmann	19	You Prosume! Kunst – Überzeugung – Persuasive Play
Fares Kayali / Margarete Jahrmann / Brigitte Felderer / Josef Ortner	27	Persuasion and Play – Towards an Augmented Reality Exhibition Interface
Various Artists	37	Play & Realize – Sieben Spiele / Seven Games
Michael Punt	43	Start Playing
Martha Blassnigg	49	'Free Play' between Science, Art and Conjuring: Advertising and the Knowing <i>Prosumer</i>
Thomas Macho	59	Prosuming Images
Märtyn Woodward	63	A Staging and Choreography of a Theatrical Play: A Brechtian Aesthetic for Popular Culture
Wilbert Schreurs	69	Breaking the Resistance: Looking at the Origins of Diversity and Creativity in Dutch Television Advertising
Bert Hogenkamp	77	Art or Message First? Sponsored Audiovisual Productions in the Netherlands from Celluloid to Video
Mark-Paul Meyer	81	Inside the Medium
Rudmer Canjels	85	Cinematic X-Rays: Science and the Friction of Spectacle
Lydia Nsiah / Joachim Schätz	93	Avant-garde and Convention? Two (advertising) Filmmakers
Barbara Fränzen	101	In between: das neue Medium Film
Robert Pfaller	107	Über Interpassivität, Konsumtion, Genuss, Spiel und Werbung
Bernhard Seiter	111	Der Handwerker
Max Moswitzer	113	All You Can Eat
Ernst Strouhal / Anna Soucek	119	„Das Spiel ist seine Regel, der ‚Regel folgen‘ ist Praxis“
Gejus van Diggele	127	Spiele, die mit Dir spielen – über den mutmaßlichen Propaganda-Effekt von deutschen Spielen im Zweiten Weltkrieg
	135	Imprint