

digitale transformationen

*Medienkunst als Schnittstelle von
Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft*

Monika Fleischmann / Ulrike Reinhard (Hrsg.)

Hinweis:

Diese Leseprobe entspricht nicht dem Layout und
der tatsächlichen Größe des Buches.

who/s



 **Fraunhofer** Institut
Medienkommunikation

Digitale Transformationen

1994 bis 2004 – 10 Jahre whois



Ulrike Reinhard
Verlegerin, ulrike@whois.de

Danke Wolfgang Dopp, dass Du geduldig all meine Fragen, Zweifel und Ideen ertragen hast und mir immer als Gesprächspartner zur Verfügung gestanden bist.
Danke Monika Fleischmann für alles.
Danke Thomas Goldstrasz für die vielen kleinen Hilfen in der Not. Danke Thomas Pflanz für die drucktechnische Unterstützung. Danke Tamara von Rechenberg für Ideen und einfach fürs Dasein.

Danke allen Autoren und dem Fraunhofer MARS-Team, ohne die das Buch nie zustande gekommen wäre.

So fing alles an ...

1994 wurde die Welt virtuell neu erschaffen und vor allem neu benannt. Damals war es kein Problem, die heute so begehrten Internetdomains www.whoiswho.de und www.whois.de zu erhalten. Aber nicht nur die Domainnamen, sondern auch die damit verbundene Idee einer Suchmaschine bewiesen Weitsicht.

Wir wollten eine Suchmaschine für die Neuen Medien aufbauen; eine Suchmaschine, mit der Nachfrager Anbieter, Lernende Lehrende, Unternehmer Künstler und Kreative finden – und immer auch umgekehrt. Und dies »cross-medial« – ein großes Wort damals. Alle Informationen aus einer Datenbank kommend; »transformiert« für das Internet, für die CD-ROM und für das Buch.

who is who in multimedia hieß die erste Ausgabe. 357 Anbieter, Künstler und Bildungsinstitutionen waren mit ausführlichen Portraits gelistet – heute sind es 4500! Obwohl schon damals die digitale Datenerfassung zur Verfügung stand, kamen 95 % der Einträge per Fax! In dieser technologie-affinen Branche! Heute geht alles übers Internet.

Transformiert!

Da stehen wir heute ...

Die digitalen Technologien sind Alltag geworden. Sie sind in viele Lebensbereiche vorgedrungen. Manchmal werden sie bewusst wahrgenommen, manchmal arbeiten sie im Hintergrund und stellen uns »nur« ihre unsichtbare Transformationsleistung zur Verfügung.

Das hat sich auch auf das Verlagsprogramm ausgewirkt: Themen wie e-learning, e-health, e-finance, interactive broadband, mobile solutions u.a. wurden aufgenommen – eine analoge und digitale Bestandsaufnahme dessen, was »State of Mind« im Markt und bei den Marktteilnehmern ist. Gleiches gilt für einzelne Regionen. Immer mit derselben Zielsetzung: Eine Austauschplattform zu bieten und den Dialog zu fördern – damit Neues entsteht. In unseren Veröffentlichungen finden Sie gewissermaßen den »Wissensraum« von 10 Jahren Neue Medien. Vieles, was in den ersten Publikationen als »Zukunft« beschrieben wurde, ist heute Wirklichkeit.

Wir haben schon früh die Zusammenarbeit mit Künstlern gesucht. Warum? Weil wir der Meinung sind, dass insbesondere bei den digitalen Technologien die künstlerische Tätigkeit ein großes Innovationspotenzial bietet, sowohl für Wirtschaft als auch für Wissenschaft und Forschung und somit für die Gesellschaft schlechthin.

Sie treibt!

Und weil das so ist, widmen wir unsere 10-jährige Jubiläumsausgabe ganz diesem Thema.

Dort geht es hin ...

Sie werden in diesem Buch und auf der CD Beispiele finden, die unsere Meinung stützen und belegen: Bei einem sinnvollen Miteinander von Kunst, Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung können positive Effekte für alle Beteiligten erzielt werden.

Vielleicht wird das, woran Unternehmer, Wissenschaftler, Lehrende und Künstler heute schon glauben, in 10 Jahren oder sogar früher Einzug in unseren Alltag halten.

Suchen Sie – nur dann können Sie finden!

U. Reinhold.

Digitale Transformationen

Innovation durch interdisziplinäres Arbeiten



Monika Fleischmann
Medienkünstlerin, monika.fleischmann@imk.fraunhofer.de

In meiner Funktion als Leiterin des MARS-Exploratory Media Lab sehe ich mit diesem Buch die Möglichkeit, Wissenschaft und Wirtschaft das Potenzial der Kunst näher zu bringen und aufzuzeigen, dass es sich lohnt, gemeinsame Handlungsräume zur Entwicklung digitaler Kultur einzurichten. Außerdem hoffe ich, für die interdisziplinäre Arbeit zwischen Medienkunst und Forschung mehr Unterstützung in der Politik und der Wirtschaft zu finden.

Medienkunst als Innovationsforschung zu betreiben ist die Aufgabe des MARS-Exploratory Media Lab am Fraunhofer Institut für Medienkommunikation. MARS steht für Media Arts, Research & Science. Interdisziplinäre Teams von Informatikern und Künstlern sowie Experten aus Gestaltung, Pädagogik und Kunstwissenschaft arbeiten an neuen Formen des kulturellen Ausdrucks auf der Basis von Technologien, die vom Menschen, seinen sensorischen, motorischen und kognitiven Fähigkeiten ausgehen. Die Forschungsagenda reicht von der Informationsvisualisierung über Intuitive Interfaces, Mixed Reality Umgebungen bis hin zu Tools zur Wissenserschließung. In Medienkunstinstallationen werden die Entwicklungen öffentlich zur Diskussion gestellt. Neuartige Anwendungen werden mit Partnern aus der Wirtschaft erprobt und vertrieben.

E-Culture haben wir im Institut als wichtiges Geschäftsfeld definiert. Unser Verständnis: Digitale Medien ermöglichen ganz neue Formen sozialer Interaktion, neue Formen der Wahrnehmung und Aneignung der Welt, also neue Kulturtechniken, an deren Entwicklung viele Disziplinen beteiligt sind. Ziel des MARS-Exploratory Media Lab ist es, künstlerische Strategien für die Entwicklung von Medientechnologien produktiv zu machen und medientechnologische Kompetenzen in Kunst, Kultur, Bildung zu fördern.

Die Rolle der Medienkunst: Digitale Transformationen erfinden, gestalten, hinterfragen

Experimentierlabors und Think Tanks beschleunigen Innovation. Die Mitarbeit von Medienkünstlern hat sich dabei bewährt, nicht nur weil sie Experten in den verschiedenen gestalterischen und darstellenden Künsten sind, die Technologien eine Form als Objekt, Spielzeug oder Kommunikationsdesign geben. Interessen und Kompetenzen von Medienkünstlern reichen häufig weit über das Feld hinaus in technische ebenso wie in theoretische und naturwissenschaftliche Bereiche. Ihre Auseinandersetzung damit, wie Objekte oder eben neue Technologien in der Welt Gestalt annehmen, wie sie dem Menschen entgegentreten und mit welchen Bedürfnissen, Interessen und Gewohnheiten Menschen auf sie reagieren, macht Medienkünstler zu unentbehrlichen Experten bei der Erschaffung digitaler (Trans-) Formationen. Erfindungsgeist und das Gewohnte und Geschaffene immer wieder in Frage zu stellen sind Strategien medienkünstlerischen Arbeitens, die einen wesentlichen Beitrag zur Innovationskraft eines interdisziplinären Teams leisten können.

Zusammenspiel von Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft

Wirtschaft, Kunst, Politik und Wissenschaft bestimmen die Faktoren der Transformation zur digitalen Kultur. Ihr Handeln entscheidet, ob Richtungweisende Konzepte, Anwendungen und Produkte in Europa entwickelt werden oder ob die digitale Kultur maßgeblich von Lösungen und Angeboten bestimmt werden, die andernorts – in Japan oder den USA – entstehen. Um das Innovationspotential zu entfalten, das in der Verbindung von Wirtschaft und Wissenschaft mit den künstlerischen Disziplinen liegt, und für alle gesellschaftlichen Bereiche produktiv zu machen, ist Umdenken, Mut für neue Wege, vor allem aber entschiedenes Handeln erforderlich. Ich sehe für die verschiedenen Bereiche des gesellschaftlichen Lebens folgende Aufgaben und Möglichkeiten, um die »digitale Transformation« zu einem Projekt zu entwickeln, von dem die Gesellschaft insgesamt profitiert – kulturell, ökonomisch und sozial.

Um zu wirklich innovativen Lösungen zu gelangen, sind Freiräume erforderlich, wie sie bereits in der naturwissenschaftlich-technischen Forschung bestehen. Politik und Wissenschaft sollen durch entsprechende Programme die Voraussetzungen schaffen, damit Künstler stärker in den Forschungsbereich integriert werden.

Empfehlungen

Förderpreise, Arbeitsstipendien im In- und Ausland, Auszeichnungen und personell wie technisch gut ausgestattete Produktionsstätten sind erforderlich, damit Künstler und Künstlerinnen digitale Produktionen realisieren können und ihre Arbeit sichtbar wird. Doch es mangelt bis heute an medienkünstlerischen Experimentier-, Entwicklungs- und Produktionsorten. Die konventionelle Künstlerförderung greift hier nicht und es braucht mehr als Stipendien auf dem Niveau des Sozialhilfesatzes, um Künstler in Forschungs- und Entwicklungsprozesse einzubeziehen. Denn nur dann kann die digitale Transformation – von der analogen zur digitalen Kultur – nachhaltig und zum Wohle aller vollzogen werden. Solche Förderungen zu installieren und zu unterstützen ist sowohl Aufgabe der Politik wie auch der Wirtschaft.

Die Veranstalter von Festivals und Ausstellungen fördern den interdisziplinären Austausch, indem sie Themen und Fragestellungen so ausrichten, dass Kunst, Theorie, Wirtschaft und Wissenschaft gleichermaßen Beiträge leisten.

Die Gesellschaft, insbesondere der Kunstbetrieb, verweigert anwendungsbezogenen künstlerischen Arbeiten die Anerkennung. Kunst meint nach wie vor »L'art pour l'art« und das Bild des Künstlers ist noch immer von der Vorstellung des Genies geprägt. Kunst zu machen – insbesondere Kunst mit digitalen Medien – bedeutet aber in den meisten Fällen Teamwork. Ein zeitgemäßerer Entwurf des Künstlerbildes würde auch den Künstlern erleichtern, eine berufliche Perspektive in Forschung und Entwicklung anzustreben.

Um künstlerische Ansätze in die Forschungs- und Entwicklungsarbeit der Unternehmen zu integrieren, ist die Einrichtung interdisziplinärer Teams erforderlich. Dabei sind langfristige Perspektiven ebenso wichtig wie künstlerische Freiräume. Dafür müssen Künstler und Forschungseinrichtungen – gerade in Unternehmen – neue Kooperationsmodelle entwickeln.



Digitale Transformationen

Medienkunst als Schnittstelle von
Kunst, Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft

Einführung

Ulrike **Reinhard**

Digitale Transformationen – 10 Jahre whois

Monika **Fleischmann**

Digitale Transformationen –

Innovation durch interdisziplinäres Arbeiten

Audio-CD:

digitale transformationen,

alle Beiträge als mp3-files, gelesen von Oliver **Siebeck**

Monika **Fleischmann**

Digitale Transformationen – Ein Überblick

Bazon **Brock**

Gaunerprüfung für Medienkompetenz, die nur als

Fälschungskompetenz in erkenntnistheoretischer statt

krimineller Absicht verstanden werden kann

Spielraum Medienkunst

Herbert W. **Franke**, Interview:

»Wir sind in der glücklichen und interessanten Lage,
uns eines Instrumentariums zu bedienen, das noch
nicht ausgereift ist«.

Peter **Weibel**, Interview:

»Es geht um Dinge von öffentlichem Interesse«.

Gerfried **Stocker**, Interview:

»Eine Wissenschaft und/oder Kunst, die nicht in einem
wirtschaftlich-industriellen Zusammenhang steht, bleibt
für die Gesellschaft im weitesten Sinne irrelevant und
wird nicht wirkungsvoll«

Positionen

Giacco **Schiesser**

Arbeit am und mit EigenSinn

Georg **Trogemann**

Müssen Medienkünstler programmieren können?

Sibylle **Omlin**

Intermedialität in der Kunst

Susanne **Jaschko**

Interaktivität als künstlerisches Ausdrucksmittel

Ursula **Frohne**

MedienKunst und Öffentlichkeit – Diskursräume und

Handlungsfelder

Peter **Matussek**

Der Performative Turn: Wissen als Schauspiel

Sabine **Flach**

WissensKünste –

Die Kunst des Wissens und das Wissen der Kunst

Themen, Ansatzpunkte und Modelle

Sabine **Breitsameter**

Die Apparatur hinterfragen:

Telekommunikationskunst im Radio

Holger **Schulze**

Körper in Klang

Joachim **Sauter**

Das vierte Format: Die Fassade als

mediale Haut der Architektur

Katja **Kwastek**

Kunst und (drahtlose) Kommunikation

Künstler und Methode oder Medienkunst als Forschung und Experiment

Laurent **Mignonneau** / Christa **Sommerer**

Von der Poesie des Programmierens zur Forschung als
Kunstform

Monika **Fleischmann** / Wolfgang **Strauß**

Kunst an der Schnittstelle von Technik,

Forschung und Gesellschaft

Andrea **Zapp**

Vernetzte Installationskunst:

Flüchtige Begegnungen und imaginäre Handlungsräume

Hans-Jürgen **Hafner**

Leuchtfener und V-Effekte

Alberto **de Campo** / Julian **Rohrhuber**

else if – Live Coding, Strategien später Entscheidung

Christian **Ziegler**

Das Tanzauge

Annett **Zinsmeister**

Transformation und Faltung

Kunst und Publikum

Sabine **Himmelsbach**

Vom white cube zur black box und zurück

Rosanne **Altstatt**

Wie man ein örtliches Publikum für internationale Medienkunst interessiert – Ein Leitfaden für Benutzer

Wolf **Lieser** / Axel **Wirths**, Interview:

Interview: Absatzmarkt Medienkunst

Online-Vermittlung

Dieter **Daniels** / Rudolf **Frieling**

Medienkunst muss multimedial vermittelt werden –

Thesen und Modelle zur Online-Vermittlung

Gabriele **Blome** / Jochen **Denzinger**

netzspannung.org:

Online-Archiv und Labor für die

Digitale Kunst und Kultur

Oliver **Grau**

Datenbank für virtuelle Kunst

Reinhard **Storz**

Die Schweizer Netzplattform Xcult.org

Produktion und Anwendung

Tim und Jan **Edler**

Praxis Reaktorbau: Kunst als Strategie und Labor

Sigrid **Markl** / Virgil **Widrich**

Edutaining Generation Z

Sebastian **Peichl**

floating.numbers – Eine interaktive Installation im

Jüdischen Museum Berlin

Mareike **Reusch**

Ist Virtuell = Computergeneriert = Visuell?

Christian **Doegl**

Digitale Medien zwischen Ambiente und Transparenz

Eku **Wand**

Geschichten, Handlungsstränge, Ereignisse

Uli **Weinberg**

Alles Spiel

Medienkunst fördern

Danièle **Perrier**

Medienkunst fördern: wie?

Wilfried **Matanovic**

Anmerkungen zur Entwicklung und Vermittlung von Medienkunst

Wilhelm **Krull** / Vera **Szöllösi-Brenig**

Wissenschaft – Öffentlichkeit – Kunst

Gabriele **Hartmann**

Zwischen Kunst und Unternehmenssoftware

Dominik **Landwehr**

Die Computerkultur ist eine soziale Kultur – Das

Förderkonzept des Schweizer Unternehmens Migros

Suchmaschinen

Thomas **Goldstrasz**, »Suchmaschinen«

Sechs Kunstwerke und eine Suche zum Thema

»suchen - speichern - suchen lassen«

Suchmaschinen als Medienkunstwerke

Oliver Siebeck: »26 Karten für J.« –

Eine symbolische Suchmaschine

Franz John: »Turing Tables« –

Ein Erdbeben-Such- und Speicherprojekt

Ralf Chille: »Capture the Map« – Ein Google-Spiel:

Erobern Sie die Welt mit Suchbegriffen!

Jason Freeman: »N.A.G. - Network Auralization for

Gnutella« – Eine Suchergebnis-Mischmaschine

Marc Lee: »Loogie.net - We Report. You Decide« –

Ein generatives Nachrichten-Such-Portal

Gerhard Dirmoser: »Verben im KONTEXT« –

Ein semantische Suche in Gutenbergs Galaxis

Statements von Unternehmen