

I. EINLEITUNG

ULRIKE REINHARD

Digitale Transformationen – 10 Jahre whois – **010**

MONIKA FLEISCHMANN

Digitale Transformationen

– Innovation durch interdisziplinäres Arbeiten – **012**

MONIKA FLEISCHMANN

Digitale Transformationen – Ein Überblick – **014**

BAZON BROCK

Gaunerprüfung für Medienkompetenz, die nur als
Fälschungskompetenz in erkenntnistheoretischer
statt krimineller Absicht verstanden werden kann – **022**

II. HAUPTTEIL

1 Spielraum Medienkunst

- 1.1 Herbert W. Franke, [Interview] »Wir sind in der glücklichen und interessanten Lage, uns eines Instrumentariums zu bedienen, das noch nicht ausgereift ist«. – **036**
- 1.2 PETER WEIBEL, [Interview] »Es geht um Dinge von öffentlichem Interesse«. – **044**
- 1.3 GERFRIED STOCKER, [Interview] »Wissenschaft, Kunst und Wirtschaft bedingen einander.« – **052**

2 Positionen

- 2.1 GIACO SCHIESSER, Arbeit am und mit EigenSinn – **062**
- 2.2 GEORG TROGEMANN, Müssen Medienkünstler programmieren können? – **068**
- 2.3 SIBYLLE OMLIN, Intermedialität in der Kunst – **074**
- 2.4 SUSANNE JASCHKO, Interaktivität als künstlerisches Ausdrucksmittel – **078**
- 2.5 URSULA FROHNE, MedienKunst und Öffentlichkeit – Diskursräume und Handlungsfelder – **084**
- 2.6 PETER MATUSSEK, Der Performative Turn: Wissen als Schauspiel – **090**
- 2.7 SABINE FLACH, »WissensKünste«. Die Kunst des Wissens und das Wissen der Kunst – **096**

3 Themen, Ansatzpunkte und Modelle

- 3.1 SABINE BREITSAMETER, Die Apparatur hinterfragen: Telekommunikationskunst im Radio – **104**
- 3.2 HOLGER SCHULZE, Körper in Klang – **110**
- 3.3 JOACHIM SAUTER, Das vierte Format: Die Fassade als mediale Haut der Architektur – **116**
- 3.4 KATJA KWASTEK, Kunst und (drahtlose) Kommunikation – **122**

4 Künstler und Methode

oder Medienkunst als Forschung und Experiment

- 4.1 LAURENT MIGNONNEAU/CHRISTA SOMMERER, Von der Poesie des Programmierens zur Forschung als Kunstform – **130**
- 4.2 MONIKA FLEISCHMANN/WOLFGANG STRAUSS, Kunst an der Schnittstelle von Technik, Forschung und Gesellschaft – **138**
- 4.3 ANDREA ZAPP, Vernetzte Installationskunst: Flüchtige Begegnungen und imaginäre Handlungsräume – **146**
- 4.4 HANS-JÜRGEN HAFNER, Leuchtfeuer und V-Effekte – **150**
- 4.5 ALBERTO DE CAMPO/JULIAN ROHRHUBER, else if – Live Coding, Strategien später Entscheidung – **154**
- 4.6 CHRISTIAN ZIEGLER, Das Tanzauge – **158**
- 4.7 ANNETT ZINSMEISTER, Transformation und Faltung – **164**

5 Kunst und Publikum

- 5.1 SABINE HIMMELSBACH, Vom white cube zur black box und weiter – **170**
- 5.2 ROSANNE ALTSTATT, Wie man ein örtliches Publikum für internationale Medienkunst interessiert – Ein Leitfaden für Benutzer – **176**
- 5.3 WOLF LIESER/AXEL WIRTHS [Interview], Absatzmarkt Medienkunst – **184**

6 Online-Vermittlung

- 6.1 DIETER DANIELS/RUDOLF FRIELING, Medienkunst muss multimedial vermittelt werden – Thesen und Modelle zur Online-Vermittlung – **194**
- 6.2 GABRIELE BLOME/JOCHEN DENZINGER, netzspannung.org: Online-Archiv und Labor für die Digitale Kunst und Kultur – **200**
- 6.3 OLIVER GRAU, Datenbank für Virtuelle Kunst – **206**
- 6.4 REINHARD STORZ, Die Schweizer Netzplattform Xcult.org – **210**

7 Produktion und Anwendung

- 7.1 JAN UND TIM EDLER, Praxis Reaktorbau: Kunst als Strategie und Labor – **216**
- 7.2 SIGRID MARKL/VIRGIL WIDRICH, Edutaining Generation Z – **222**
- 7.3 SEBASTIAN PEICHL, floating.numbers – Eine interaktive Installation im Jüdischen Museum Berlin – **228**
- 7.4 MAREIKE REUSCH, Ist Virtuell = Computergeneriert = Visuell? – **232**
- 7.5 CHRISTIAN DOEGL, Digitale Medien zwischen Ambiente und Transparenz – **238**
- 7.6 EKU WAND, Geschichten, Handlungsstränge, Ereignisse – **242**
- 7.7 ULRICH WEINBERG, Alles Spiel! – **248**

8 Medienkunst fördern

- 8.1 DANIÈLE PERRIER: Medienkunst fördern: wie? – **256**
- 8.2 WILFRIED MATANOVIC, Anmerkungen zur Entwicklung und Vermittlung von Medienkunst – **268**
- 8.3 WILHELM KRULL/VERA SZÖLLÖSI-BRENIG, Wissenschaft – Öffentlichkeit – Kunst – **272**
- 8.4 GABRIELE HARTMANN, Zwischen Kunst und Unternehmenssoftware – **278**
- 8.5 DOMINIK LANDWEHR, Die Computerkultur ist eine soziale Kultur – Das Förderkonzept des Schweizer Unternehmens Migros – **282**

III. SPEZIAL

Suchmaschinen

THOMAS GOLDSTRASZ. »Suchmaschinen«

[Sechs Kunstwerke und eine Suche zum

Thema »suchen - speichern - suchen lassen«] – 290

Suchmaschinen als Medienkunstwerke

OLIVER SIEBECK: 26 Karten für I

[Eine symbolische Suchmaschine] – 299

FRANZ JOHNS: Turing Tables

[Ein Erdbeben Such- und Speicherprojekt] – 304

RALE CHILDE: Capture the Map

[Im Google Spiel: Frohern Sie die Welt mit Suchbegriffen!] – 307

JASON FREEMAN: N.A.G. - Network Avarization for Gratella

[Eine Suchergebnis Mischmaschine] – 309

MARC FEE: Loogie.net - We Report You Deerde

[Ein generatives Nachrichten Such-Portal] – 311

GERHARD DIRMOSER: Verben im KONTEXT

[Ein semantische Suche in Gutenbergs Galaxis] – 314

IV. AUDIO-CD

Digitale Transformationen

Alle Beiträge als mp3-files, gelesen von OLIVER SIEBECK. – U3

V. ANHANG

Statements von Unternehmen – 324

Autorenverzeichnis – 360

Impressum – 002