
Owning Online Art

Online Ausstellungsraum für Netzkunst

Esther Hunziker 5.2. 2008

0.0. Theorie

0.0.1. Anforderungen an einen virtuellen Ausstellungsraum

1.0. Recherche

1.1. kommentierte Beispiele: online Galerien für Netzkunst

1.1.1. Art Entertainment Network (AEN)

1.1.2. Gallery 9 (Walker Art Center)

1.1.3. The Remedi Project

1.1.4. Knit + +

1.1.5. Saatchi's Online Gallery

1.2. Das online Museum von morgen, oder von gestern?

1.2.1. Guggenheim Virtual Museum / Projekt

1.2.2. Guggenheim Virtual Museum / Interview

1.3. kommentierte Beispiele: visuelle Interfaces / virtuelle Räume

1.3.1. Google Earth

1.3.2. Habitat Perspectives

1.3.3. GOOGLEHOUSE.NET

1.3.4. AMAZ NODE

1.3.5. flickr graph

1.4. unkommentierte Beispiele: visuelle Interfaces / virtuelle Räume

1.4.1. Atlas of Cyberspaces #1

1.4.2. Atlas of Cyberspaces #1

2.0. Konzept / Idee

2.1.1. Gedanken zu einem virtuellen Ausstellungsraum / Konzept

2.1.2. Gedanken zu einem virtuellen Ausstellungsraum / Design

Anforderungen an einen virtuellen Ausstellungsraum

IZ/MS, 17. Jan. 07

Raum / Ausstellungsraum

Der virtuelle Ausstellungsraum soll ein Entwurf sein, der im Rahmen des Forschungsprojekts der „raumlosen“ Galerie package deal als Ort der Präsentation dient, der aber auch als Modell für die noch zu präzisierende Online-Plattform eines zentralen Sammlungs-Pools funktioniert.

Aus dem aktuellen Kenntnisstand über Galerie und / oder Pool ergeben sich folgende Kriterien. Diese Kriterien dienen als Überlegungshilfe, zentral bleibt die Frage: Fühle ich mich wie in einer Ausstellung? Dieser Frage sollten andere Kriterien untergeordnet sein.

- Die Ausstellung muss bezüglich der Anzahl einsehbarer Werke flexibel sein (Vorgabe: ein bis maximal 20 Werke in einer „Ausstellungssituation“). Als Ausstellung können wir von einer „Sammlungs-Ausstellung“ ausgehen, wobei nicht immer die gesamten Bestände der Sammlung im Ausstellungsraum gezeigt werden müssen: einen erweiterten Einblick ins virtuelle „Depot“ erschliesst man sich über Suchbegriffe nach Künstlernamen, Eigentümer (Käufer) etc.

- Wichtig ist, dass man sich visuell relativ rasch einen Überblick verschaffen kann wie die präsentierten Arbeiten „angeordnet“ sind. (räumlich / visuell, nicht nach Namen). Darin unterscheidet sich die Ausstellung auch von einem Katalog oder einer Liste, in der man mit Begriffen Orientierung sucht.

- Das Simulieren eines dreidimensionalen Raumes ist nicht erforderlich, wohl aber sollen die Werke in einer veränderbaren, inhaltlich oder formal motivierten Folge / Reihenfolge abgespielt werden können (mögliche Funktion: „next“). In Analogie zu Ausstellungen in architektonischen Räumen soll es den UserInnen gleichzeitig freistehen, aufgrund eines „eyecatchers“ auf ein einzelnes Werk intensiver einzugehen oder auch Dinge zu überspringen. Welche Bewegung meint „vor“ und „zurück“ im virtuellen Raum, welche heisst „überspringen“? Mit virtuellem Raum könnte im Unterschied zum virtuell konstruierten Raum (second life) ein gedanklich vorstellbarer, nicht gezeichneter Raum gemeint sein.

- Damit die UserInnen wissen, wie sie die Aufmerksamkeit dosieren können, sollen Kurzinformationen als Entscheidungshilfe eingeblendet werden können (diese Information entspricht in etwa den „Schildchen“ in herkömmlichen Ausstellungen): Künstlername, Titel, Jahr, (bei Filmen oder Animationen) Dauer, Interaktion (ja oder nein). Vertiefte Informationen (einführende Texte, künstlerischer Hintergrund etc.) würden erst auf einer dritten Ebene einsehbar. Das zeichnet Ausstellungsbesuche aus: Dass man sich auf das Werk konzentrieren kann, bevor der Informationsfluss die Lektüre der Arbeiten dominiert.

- Bei der Abmeldung soll ein Fenster eingeblendet werden mit der Mitteilung, welche Arbeiten ich bei meinem Besuch noch nicht berücksichtigt habe.

Fragen:

Ist ein virtueller Ausstellungsraum denkbar, der sozusagen als ‚white cube‘ funktioniert, indem er immer wieder andere Arbeiten aufnimmt? Oder müsste er wandelbar sein?

Welchen Aufwand kann z.B. eine Galerie zur Anpassung des Erscheinungsbildes bei wechselnden Präsentationen leisten?

Wie weit lässt sich ein virtueller Raum verändern?

Welche Kommunikationsgefäße müsste eine Online-Ausstellung einschliessen?

Ist die Kritik auf „blogs“ verschiebbar?

Lässt sich Werbung integrieren?

Welche Rolle soll und kann die Interaktivität spielen?

Bietet Second Life ein Modell? (vgl. TATE bei Second Life!)

Wie findet bei einer Online-Ausstellung die Vernissage statt? Was bekommt man, wenn man rechtzeitig da ist?

Welche Rolle übernimmt der Kurator, der Künstler, der Besucher?

Welche Beziehung besteht zwischen dem Kurator und dem Künstler? Geht der Austausch über die simple Verlinkung des Kunstwerkes hinaus?

Welche Vorteile hat eine virtuelle Ausstellung gegenüber einem realen Raum? Wie kann ich die Vorteile nutzen?

Art Entertainment Network (AEN)

<http://aen.walkerart.org>

Art Entertainment Network (AEN) is an online exhibition of Web-based work by more than 40 artists working in the interstices of art, entertainment, and networked media. From a meta-video game by Natalie Bookchin based on a short story by Jorge Luis Borges to artist software by Andy Deck and Mark Napier that allows participants to collaborate on their own online art to performative storytelling by Auriea Harvey and Michael Samyn, AEN is a cornucopia of contemporary net work.

Curated by Steve Dietz and designed by Vivian Selbo, AEN is constructed as a portal, an artists' version of Yahoo! or MSNBC, except that each of the functions of a portal--the search engine (Mongrel, Natural Selection), the webcam (Ken Goldberg, Dislocation of Intimacy), the calendar (Claude Closky, Calendar 2000), membership (Michaël Samyn, I Confess), or the daily meme (Robbin Murphy, Wrestling Tips from the Coach/Curator)--is an artist project. In toto, the AEN portal exposes that which may already seem normal as the not-yet-necessary. These artists have the vision to imagine something different, both entertaining and disturbing.

From February 12-April 30, 2000, AEN was presented in the Walker Art Center's exhibition Let's Entertain via a specially designed "portal," which was a freestanding revolving door with an embedded computer screen. As a participant pushed the door around, it accessed different projects in AEN, moving through cyberspace but always returning to the same physical space. The AEN gallery portal was designed by Masamichi Udagawa and Sigi Moeslinger of Antenna Design New York Inc., and made possible by generous support from Aveus.

Walker Art Center Calendar, Art Entertainment Network, February 2000

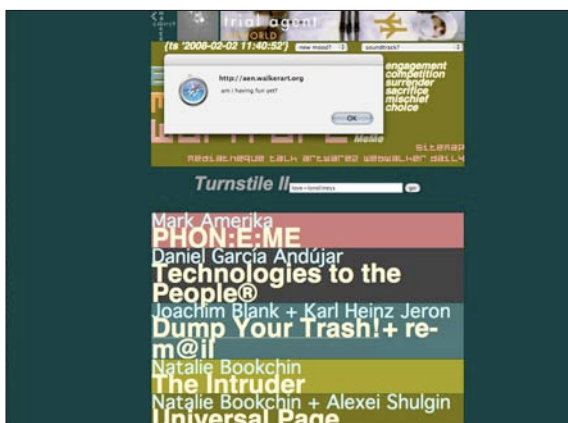
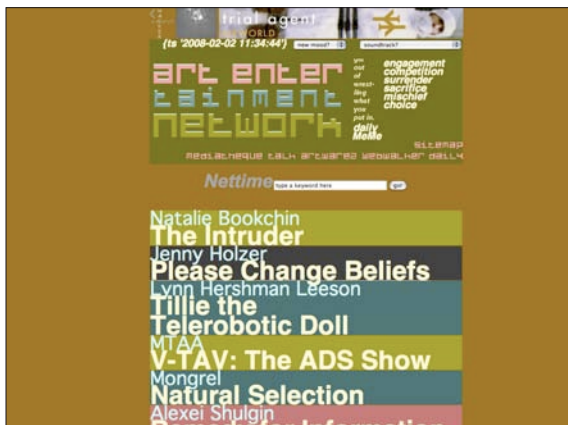
Kommentar:

Die Website AEN besteht aus einer reinen Textliste, die direkt zu den Arbeiten weiterleitet.

Es ist ein Spiel von Begriffen und Werken. Die intuitive Verführung findet nicht auf der visuellen Bildebene statt, sondern man lässt sich nach Begriffen leiten wie: 'gluttony', 'greed', 'anger', 'mischief' etc. Die Begriffe ordnen sich immer neu an und setzen die Werkliste neu zusammen.

Es gibt versteckte Spielereien, wie zum Beispiel: 'disinfo', 'daily MeMe', 'time to eat' etc., die ihre Begriffe bei jedem Neustart wechseln und zu externen Seiten (nicht Kunst-Seiten) (ent-)führen.

Der Versuch sich über Begriffe leiten zu lassen ist interessant, lenkt aber sehr von den eigentlichen Arbeiten ab, die als sehr kompakte Liste überladen und unübersichtlich wirkt (aber schön!). Man kann sich nicht nach konkreten Themen, Tags orientieren wie 'Video', 'Community', 'Net.Art' etc. Die Seite ist, was sie verspricht: "entertaining and disturbing".



1.1.2. Gallery 9 (Walker Art Center)

Gallery 9

http://gallery9.walkerart.org/

Gallery 9 is the Walker Art Center's online exhibition space. Between 1997 and 2003, under the direction of Steve Dietz, Gallery 9 presented the work of more than 100 artists and became one of the most recognized online venues for the exhibition and contextualization of Internet-based art.

In 1998, Dietz wrote the following introduction to Gallery 9 and the Walker's New Media Initiatives Department, of which he was founding director.

In Bruce Sterling's Holy Fire, the digital artists of the late 21st century are no longer hyphenated or hybrids. They are simply artificers. And in Interface Culture, Steven Johnson refers to a similar melding, a kind of vocation: "The artisans of interface culture . . . have become some new fusion of artist and engineer--interfacers, cyberpunks, Web masters--charged with the epic task of representing our digital machines, making sense of information in its raw form."

Gallery 9 is a site for project-driven exploration, through digitally-based media, of all things "cyber." This includes artist commissions, interface experiments, exhibitions, community discussion, a study collection, hyperessays, filtered links, lectures and other guerilla raids into real space, and collaborations with other entities (both internal and external).

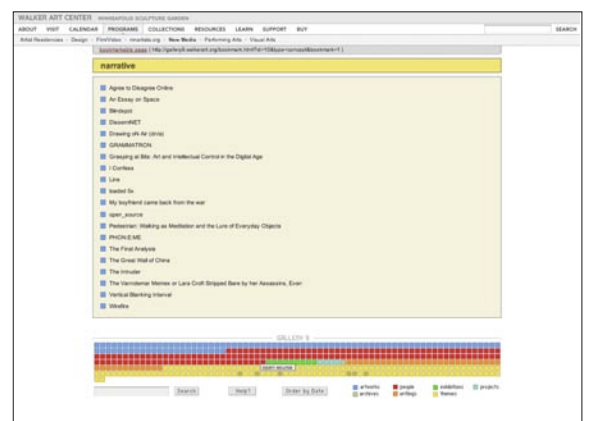
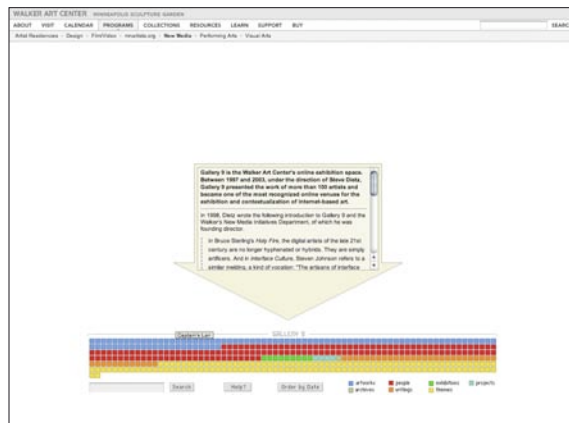
In the spirit of artificers and interfacers, we are particularly interested in the potential interaction between the artist-driven agenda of Gallery 9 and the information architecture orientation of smArt: "innovative access to information resources." How can creative projects take advantage of the rigorous efforts and capabilities of the information architects? How can the information architects help to tell interesting stories and ask challenging questions, not just provide access to data?

The current version of Gallery 9 was launched April 2004. The original Gallery 9 is available in the Walker Web Archives.

Kommentar:

Die Website ist sehr umfassend. Klar, einfach und übersichtlich in der Navigation.

Um sich zu Informieren funktioniert die Seite sehr gut. Die Navigation richtet sich nur nach textlichen Kriterien und verzichtet ganz auf Bilder. Man hat auf den ersten Blick eine Übersicht und kann wählen ob man nach 'artworks', 'people', 'exhibition', 'projects', 'archives', 'writings' oder 'themes' sucht. Die Seite lädt durch ihre klare Struktur zum stöbern ein, verführt aber nicht über Bilder und hat daher eher einen Archiv- und Informationscharakter, denn jener einer online Ausstellung.



1.1.3. The Remedi Project

The Remedi Project

www.theremediproject.com

The Remedi Project, launched in 1997, is an online interactive art gallery. Over the course of its five year lifespan, 12 exhibitions have presented experimental work from over 60 digital artists from around the world. The Remedi Project, now ended, continues online through this site.

This is the Remedi Project. It was created with a belief that by suspending judgment about the Web, and by abandoning our pre-conceptions about how to use it to communicate, we may find a better way to express our discordant voices to each other. It's name comes from 'REdesigning the MEdium through DIsccovery' -- by asking artists from around the world to present and talk about their interactive experiments, the project strives to do exactly that.

The Remedi Project was established in 1997 to encourage a new generation of artists to explore the possibilities granted by global interactive media. These artists are exceptional not because they use today's tools well, but because they communicate well. Even more, they do it differently than the majority of Web design does today: by involving you, the user. The point of these works may not always seem clear, but it is always the same: participate. Interact, pause, look closer, and expect more.

The artists were instructed to create without boundaries. So, some works are more elaborate than others. Some are elementary, some more frustrating. Be patient, yet inquisitive. Occasionally, just watching and thinking is all the interacting you'll need to do. In the end, everyone will take something different from these projects. Some you'll love, others you just won't get -- yet that's the entire point. The Web isn't about connecting on every level, just on your level.

With that in mind, go explore.

After you have experienced these projects, take their lessons with you. When you approach the Web, do so without the conditioning of traditional media. Have faith to experiment and push your own communication, looking for the true nature of this new medium. from an interview with mario hergueta on matamute 11.11. 2002

Kommentar:

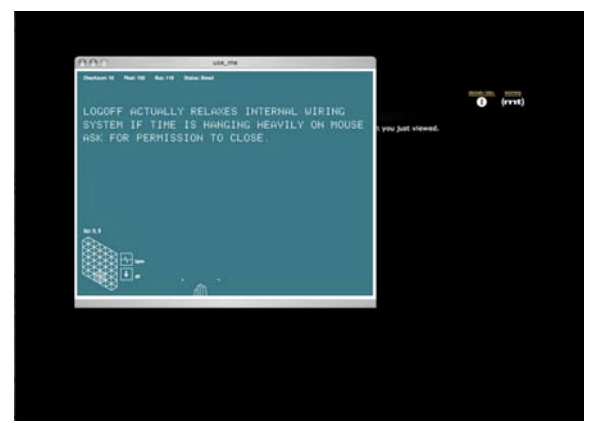
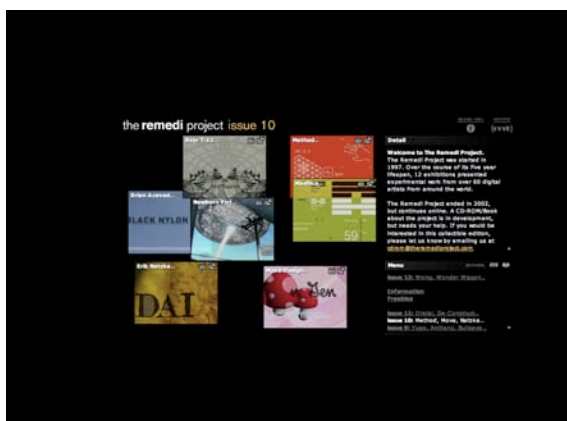
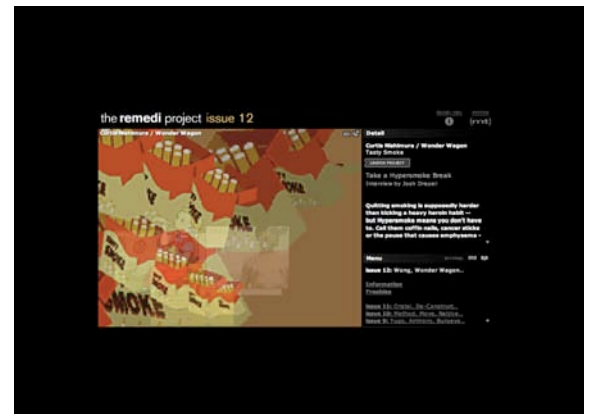
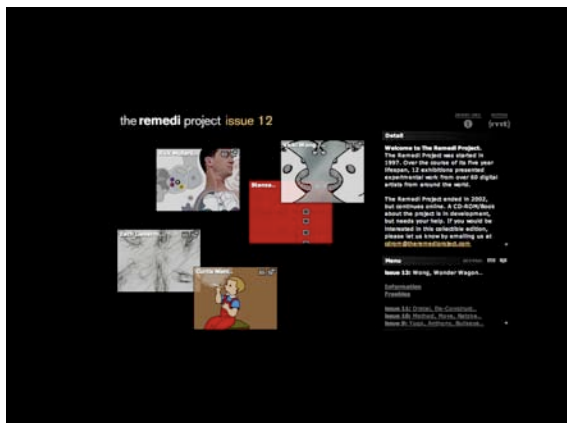
Auf der Website 'The Remedi Project' kann man 12 Ausstellungen besuchen. Die Ausstellungen haben jeweils einen Titel wie 'Issue 12: Wong, Wonder, Wagon...' oder 'Issue 1: Loudon, Owens, Larou' und enthalten zwischen 4 bis 12 Kunstwerke.

Die Werke erscheinen als Bildübersicht, übereinander liegende Layers, die bewegt und verschoben werden können und per Klick entweder als grössere Vorschau mit näherer Information zum Werk erscheinen, oder direkt zum Werk führen.

Die Site ist schön, übersichtlich und intuitiv in der Navigation. Sie erfüllt die Bedürfnisse nach Flexibilität und raschem, visuellen Überblick.

Dadurch, dass die Werke verschoben und somit in den Vordergrund oder Hintergrund gerückt werden können, entsteht eine, wenn auch sehr vereinfachte, räumlich Situation: Man steht in der Galerie, hat einen Überblick der Räume, nähert sich einem Werk, betrachtet es von nahem und kann jederzeit in einen anderen Raum, zu einem anderen Werk wechseln.

Dadurch, dass nie mehr als 12 Werke in einer Ausstellung vertreten sind, wirkt die Seite nicht überladen und man hat den Eindruck einer gut gepflegten, selektionierten Werkschau.



1.1.4. Knit ++

Knit ++

<http://www.turbulence.org/Works/Knit%2B%2B>

Space is about potentia(l)s and thus, about liberation, Intensified technological circulation is in itself in need of exploitation of “human/natural recourses”. Liberty, therefore, can only be exercised as ‘liberation from’ mass-machinery (military/state/corporation)

As Foucault says, “it can never be inherent in the structure of things to guarantee the exercise of freedom. The guarantee of freedom is freedom....”

Apparently, like the sea and the air, the world wide web is a smooth space par excellence. “Trace” is what is brought by the state apparatus to find the genetic axis of any connection in cyberspace, for a power takeover. In opposition, all effort should be directed at claiming the web as ultimately open, infinite, and heterogenous, that is, as a “map”.

Bands and packs without the distinct organs of power are the models for machinic assemblage over vast territory. Banditry is a possibility in cyberspace, as opposed to the organization of the State.

Against the delimited plane of the warp and the sedentary path of the woof, we propose an acentered and infinite space in which any point is connected to any other point in lines of flight (felt,) where points are subordinated to trajectories: a retroactive smoothing of the cyberspace. A constant flux of connections in between undifferentiated plateaus opposes the “navigation” of striated space-time

We propose an entanglement as opposed to an intertwining. When enough nodes are added without a hierarchical principle (a patchwork), the capture will succeed, and thus recede until the next raid. xurban means the nomadic urban assemblage where the dwelling (short term “memory”) is subordinated to the journey without having a destination point.

Collectivity is not formed on a unified plot, rather, ideas and works form a multilayered map with non-specific coincidences.

Knit++ is a continuum where flows are not directed. Obstacles are part of the drift, project is part of the projectile.
<http://www.turbulence.org/Works/Knit%2B%2B/>

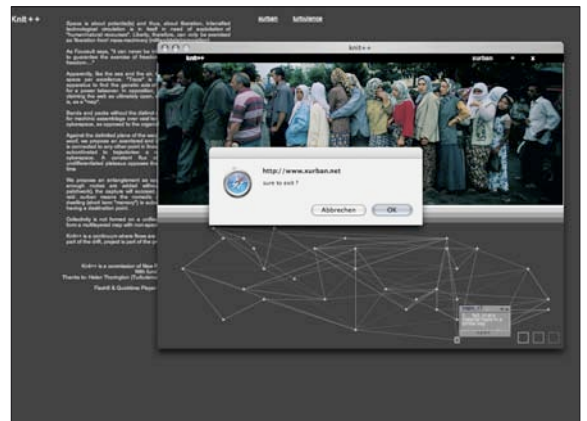
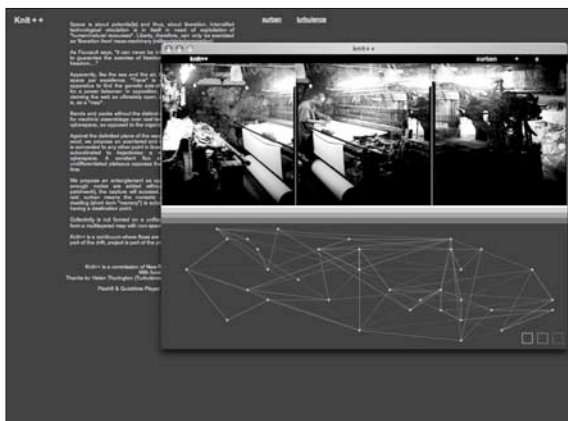
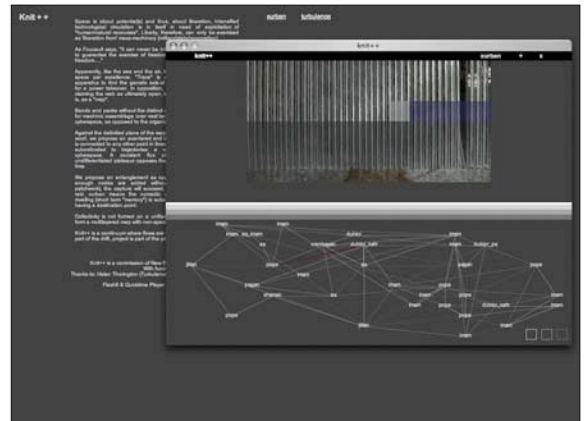
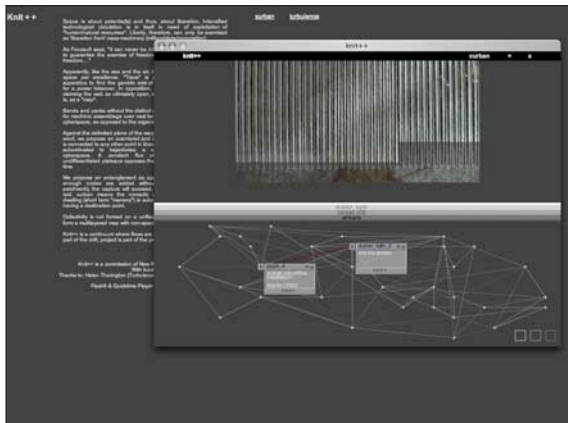
Kommentar:

Knit ++ ist eine Projekt Website und in diesem Sinne keine online Galerie.

Das Knit ++ Projekt auf turbulence.org hat ein klares, ansprechendes und übersichtliches Design. Die Site ist wie ‘The Remedi Project’ in Flash programmiert und funktioniert ähnlich.

Einzelne Punkte, die miteinander verknüpft sind lassen sich anklicken und öffnen ein Layer mit entsprechender Textinformation. Der bildliche Inhalt zu den Punkten öffnet sich im oberen Bereich des zweigeteilten Fensters.

Man hat in der Navigation alternativ die Wahl, nur nach abstrakten Punkten, nach Begriff oder Ort zu navigieren.



Saatchi's Online Gallery

www.saatchi-gallery.co.uk/yourgallery

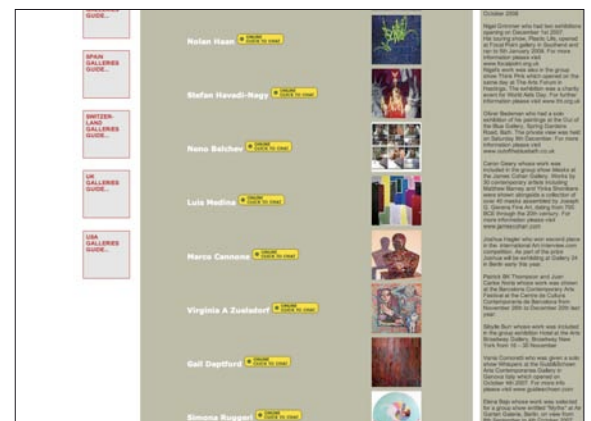
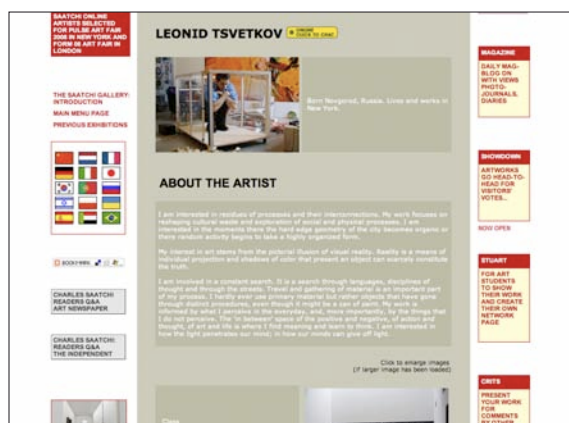
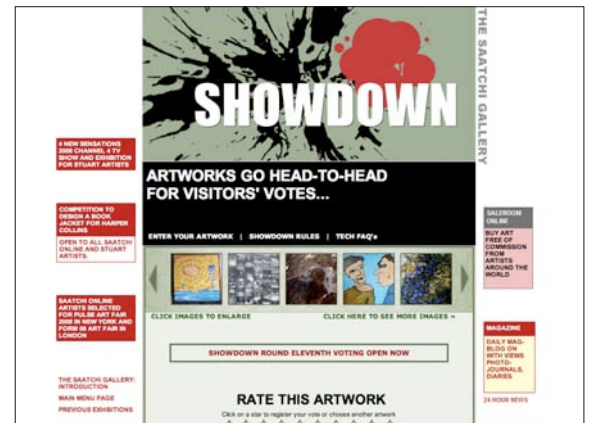
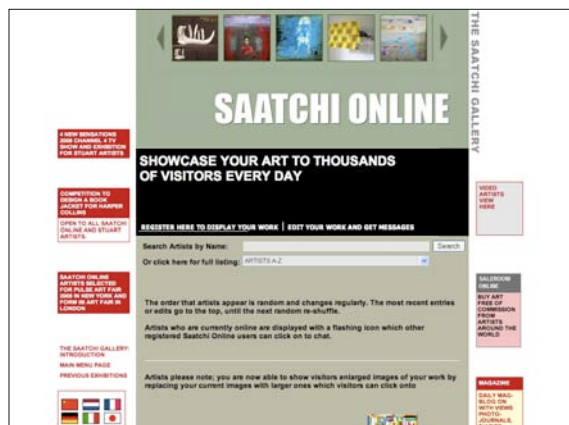
It is with extreme excitement that I announce that the Saatchi Gallery Online Saleroom (<http://www.saatchi-gallery.co.uk/saleroom>) is now open for business. The Saatchi Online Gallery is the pet project of controversial advertising mogul and art super-collector Charles Saatchi whose entrepreneurial skill is responsible for the rise of artists such as Damien Hirst (we all make mistakes), Tracey Emin, Sandra Chia and Sean Scully to name a few. With the proven ability to make or break an artist with worrying ease, Saatchi is arguably the most influential person in the world art market and the envy of more than a few art world elite. The physical Saatchi Gallery in London has been closed since 2005 after a highly publicised feud with his landlords which resulted in Saatchi being evicted from the previous gallery location at London's County Hall. After several delays the Saatchi gallery will re-open in early 2008 at its new location of The Duke of York's HQ building on Kings Road in Chelsea which with 70,000 sq ft of exhibition space will be one of the largest contemporary galleries in the world.

The lack of a physical gallery space has allowed the Saatchi Online Gallery to flourish with the number of hits exceeding fifty million per day on most days. Primarily a space for artists to display their work and network with other artists, it was only going to be a matter of time before the ability for artists to sell their work through the gallery was included, and that time has come. The Saatchi Online Saleroom allows anyone to buy art free of commission from artists around the world. The site takes no commission from artists and charges no commission to buyers. You simply buy the work you like directly from the artist, using Paypal or a suitable alternative payment method. The order that artists appear is random and changes regularly so the only way to find what you are looking for, other than searching for a particular artist, is to scroll through each work one by one which can get rather annoying especially when the order changes. There are a few glitches to be sorted out such as the defective artist search and it would be nice to be able to have the works sorted by medium but overall the saleroom is an exciting development that is a great opportunity for both artists and collectors. I can assure you that I will be purchasing works from the Saatchi Gallery Online Saleroom in the very near future so stay tuned for a full report once I have decided what to buy.

<http://artmarketblog.com/2007/10/05/saatchi-gallery-online-saleroom-is-open-for-business/>

Kommentar:

Die Saatchi online Gallery ist zwar keine Galerie für neue Medien, aber in ihrem Umfang durchaus eine Nennung Wert: die online Galerie steht in 15 Sprachen zur Verfügung, zählt durchschnittlich über 3 Millionen Hits in 24 Stunden und präsentiert Werke von 20'700 Künstlern. Jede Woche kommen ungefähr 800 dazu (gemäss NY Times vom Dezember 2006). Saatchie folgt den vielgepriesenen demokratischen Begriffen des Web 2.0, wie es mit YouTube und MySpace schon erfolgreich funktioniert: mitmachen, sich zur Schau stellen, austauschen, chatten und hoffen dass man entdeckt wird. Alles auf der online Galerie steht zum Verkauf, bis zu Preisen im sechsstelligem Bereich. Weder der Künstler, noch der Käufer zahlen eine Kommission an Saatchi. "Erobert Saatchi für sich nun das entscheidende Medium im globalisierten Kunstmarkt der Zukunft: das Internet." FAZ 4.2.2008 Grosses Fragezeichen.



Guggenheim Virtual Museum

http://www.guggenheim.org/exhibitions/virtual/virtual_museum.html

The Solomon R. Guggenheim Museum plans to work with the New York firm Asymptote Architects to design and implement a new Guggenheim Museum in cyberspace. If this plan is realized, an entirely new museum facility will be constructed and it will be an ongoing work in process, with new sections added as older sections are renovated. The project will consist of navigable three-dimensional spatial entities accessible on the Internet as well as real-time interactive components installed at the various Guggenheim locations.

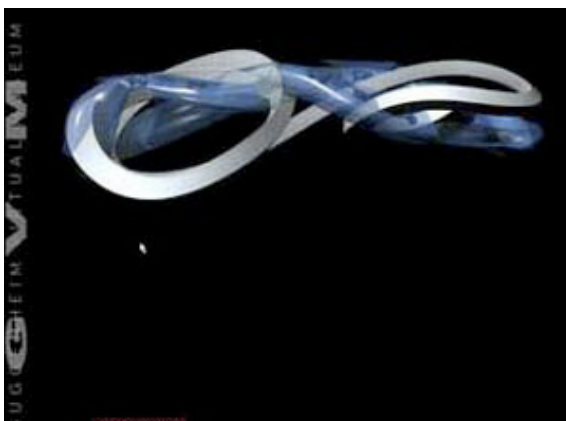
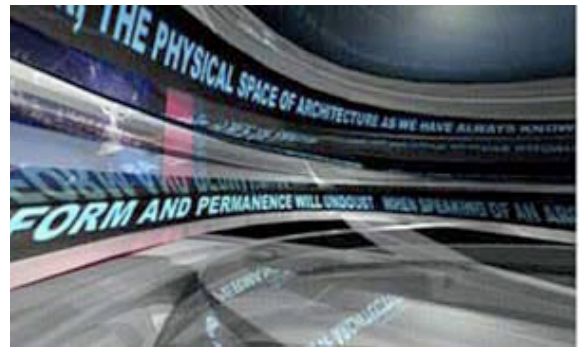
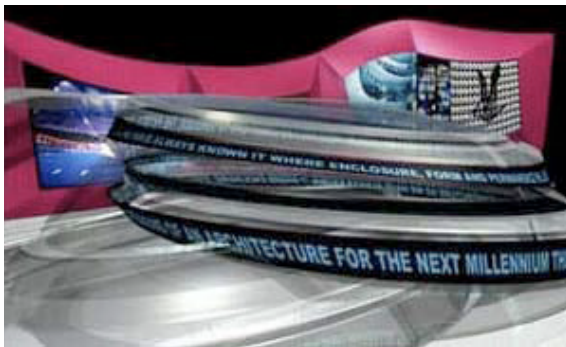
For Asymptote, this important new work highlights their ongoing interest in merging technological possibilities with spatial manufacture, experience, and event. When speaking of an architecture for the next millennium there are two conditions to consider the physical space of architecture as we have always known it where enclosure, form and permanence will undoubtedly persevere, and the realm of virtual architecture, now emerging from the digital domain of the Internet. Objects, spaces, buildings, and institutions can now be constructed, navigated, comprehended, experienced, and manipulated across a global network. This is a new architecture of liquidity, flux, and mutability predicated on technological advances and fueled by a basic human desire to probe the unknown. The inevitable path for both these architectures, the real and the virtual, will be one of convergence and merging. Historically architecture has always struggled with this dialectic of the real and the virtual, where the stability and actuality of architecture is tempered by the poetic and the ineffable nature of meaning and experience.

The Guggenheim's own history, architectural vanguardism and cultural significance will serve to form a unique scaffolding for this museum of the future. By combining the richness of this tradition with the potential offered by state of the art digital technologies, Asymptote aims to create a new architectural paradigm. The Guggenheim Virtual Museum will not only provide global access to all Guggenheim Museums and their services, amenities, archives, and collections but will also provide a unique and compelling spatial environment to be experienced by the virtual visitor. In addition, the virtual museum is an ideal space for the deployment and experience of art and events created specifically for the interactive digital medium where simultaneous participation, as well as viewing is made possible for an audience distributed around the globe. As envisioned by Asymptote and the Guggenheim, the Guggenheim Virtual Museum will emerge from the fusion of information space, art, commerce, and architecture to become the first important virtual building of the 21st century.

--Matthew Drutt, Guggenheim Museum

--Hani Rashid and Lise Anne Couture, Asymptote Architects, New York

The Guggenheim Virtual Museum is a morphing structure that is in constant flux. These sketches show its three distinct phases. The galleries area contains space for on-line exhibitions and artist's projects, as well as archives for past versions of the Guggenheim Virtual Museum as the project is updated over the course of three years.



Virtuell Guggenheim / Max Böhnel 31.10.2000

Interview mit Hani Rashid vom New Yorker Architekturbüro "Asymptote Architects"

Wie kommt man auf die Idee, ein virtuelles Museum zu entwerfen ?

Das Projekt wurde von Museumskuratoren initiiert, die schon seit langem mit Medien und Bildern experimentieren, vor allem mit Fotografie, und die der Frage nachgingen, welche künstlerischen Darstellungsmöglichkeiten die neuen Medien eröffnen. Sie hatten schon seit einigen Jahren Internetkunst, digitale Kunst und generell Kunst gesammelt, die in Computersystemen und Netzwerken produziert worden war. Und immer wieder trat das Problem auf, wie neue Kunst in ein Museum integriert werden könnte. Wie kann man im Internet ein Museum installieren? Die Frage lag auf der Hand, denn die weißen Wände einer Galerie sind angesichts digitaler Kunst obsolet geworden. Eine weitere Frage ist: Wer wird ein Museum im Internet besuchen? Keiner von uns, die wir das "Virtual Guggenheim" konzipiert haben, hat einen technologischen Hintergrund. Wir haben alle mit Architektur zu tun.

Ihr wolltet also keine New Yorker Brücken, Strassen und Gebäude mehr entwerfen, sondern ein globales Bildschirmmuseum?

Ja, und wir dachten, der erste Schritt bestünde in der Konzeption eines mehrdimensionalen virtuellen Raumes. Wenn der erst einmal besteht, dann kann man zur Kunst weitergehen: wie auf einem richtigen Weg, den man vom Computer aus beschreiten kann, um dann ins Museum zu gelangen. Und entstanden ist ein wirkliches Museum: es existiert in Form von Pixeln im Internet.

Das "Virtual Guggenheim" existiert bislang nur als Probe-Webseite als Teil von www.guggenheim.org, zumindest in seiner öffentlich zugänglichen Form. Was wird man im fertigen virtuellen Guggenheim sehen können?

Wir haben für den Start 15 Künstler angefragt, um für das virtuelle Museum Kollektionen herzustellen. Zur Zeit machen wir einen Probelauf mit Kunstwerken, die wir aber nicht online stellen werden. Die Kollektionen, die zu sehen sein werden, wurden vom Guggenheim ausschließlich für das virtuelle Museum in Auftrag gegeben. Das virtuelle Museum enthält also nicht das, was man tatsächlich an einer Museumswand im Guggenheim sieht, sondern es befindet sich in einer ganz anderen Räumlichkeit.

Das "Virtual Museum" ist eines von mehreren Guggenheim-Museen - es gibt zwei in New York, eines in Berlin, in Bilbao und Venedig.

Das Virtuelle Museum ist genauso aufgebaut wie die herkömmlichen. Die Baustelle war natürlich anders, aber die Treffen der Architekten und Techniker, das Konzept, das Baumaterial - es funktioniert im Prinzip wie ein Bauwerk außerhalb des virtuellen Raums. Es sind dieselben Fragen: Wie zeigt man die Kunst, wie geht man mit Licht, dem Grundstück, dem Zugang und Kuratoriums-Fragen um. Das Tolle ist, dass die Zahl der Besucher weit über die realer Museen hinausgehen wird.

Was unterscheidet das Virtual Guggenheim von anderen Museen, die im Internet vertreten sind ?

Wir haben es als mehrdimensionale Räumlichkeit konzipiert und nicht als Webseite wie die anderen, die man einfach umblättert. Das herkömmliche Internetmodell hilft nicht weiter, wenn man dem Ganzen einen Erlebnischarakter verleihen will. Wir wollten ein architektonisches Erlebnis schaffen. Man geht durch die Eingangstür hinein, schaut sich Kunst ganz genau an; man kann einzelne Kunstwerke sogar untersuchen. Es gibt eine Audiotour, und natürlich ist rund um die Uhr geöffnet. Wir präsentieren visuelle Kunst. Ich fing 1994 an der Columbia University an, mich damit zu befassen, als ich mir den Louvre in Internet ansah. Damals wartete ich 20 Minuten am Computer, bis sich ein Rembrandt langsam aufbaute.

Wenn die Online- und Offline-Welten immer mehr verschwimmen, können Sie überhaupt voraussagen, wie weit Sie Ihr Projekt entwickeln werden?

In den Bereichen, in denen es im "Virtual Guggenheim" avantgardistisch wird, könnten wirklich neue Formen von Kunst entstehen. Heutzutage ist der Grossteil der Internetkunst gefangen zwischen dem alten Paradigma und der Faszination des Internet als soziales Element. Wir wollen etwas Neues schaffen, sozusagen eine neuen Körper. Denn man kann Kunst oft nur im Rahmen normaler Webpages sehen. Das "Virtual Museum" hat verschiedene Schichten, die sich bewegen und entfalten. Es gibt Plattformen und eine Cybermedia-Mauer, aber auch ganz normale Verwaltungsräume und ein Atrium. Man lernt den architektonischen Raum kennen, als würde man eine neue Stadt kennen lernen.

Oder als befände man sich auf einer Reise durch ein Gehirn ...

...man kann sich permanent weiterbewegen. Und dieses endlose Grundstück bauen wir immer weiter. Besucher können sich übrigens auch zu den anderen Guggenheims durchklicken, zu einer Lernkette für Kinder, zu Media on Demand, zu Zusatzinfos über die Künstler und zu virtuellen Architekturgalerien. Von überall nach überall.

Haben Sie sich beim Bauen und Konstruieren darin schon verirrt?

Bis mich Kollegen gefragt haben, ob ich eine Pizza will. Im Ernst - das Guggenheim in Bilbao ist auch ein toller Bau. Aber es ist statisch und deshalb ein Relikt des 20. Jahrhunderts. Wir dagegen können die Schichten ändern, die Türen versetzen, Dinge durchsichtig machen, Farben ändern. Wir machen Architektur flüssig und dynamisch. Das Ziel ist, ein reales Gebäude zu kreieren, aber von verschiedenen Blickwinkeln aus. Besucher können zum Beispiel in den Raum hineinfliegen - click and move. Die Aufmerksamkeitsspanne wird immer geringer. In der Realität verbringt man eine Menge Zeit, um von A nach B zu kommen, sich hinzusetzen und sich zu treffen. Im Internet ist das nur ein Click - wir sprechen, click, wir sind woanders, click.

Weshalb wird das Virtual Guggenheim immer wieder angekündigt, und nichts passiert ?

Die Verspätungen erfolgten vor allem wegen der Kuratoriums-Verhandlungen. Noch sind die Rechte nicht geklärt, und alle Interessen müssen berücksichtigt werden. Aber dieses Projekt wird nie beendet sein. Es gibt zur Eröffnung keine rote Schleife zu durchschneiden. Ich nehme nicht einmal an, dass es mit großartiger Werbung ins Netz gestellt wird.

Telepolis Artikel-URL: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/3/3581/1.html>

in einem späteren Artikel von Telepolis aus dem Jahre 2001 heisst es:

...Heute muss man wohl ergänzen, dass das Projekt außer mit Architektur jede Menge mit Wirtschaft zu tun hat und ob die Kuratoren dabei noch etwas zu melden haben, steht als großes Fragezeichen im realen und virtuellen Raum. Platz für Experimente oder Netzkunst wird bei McGuggenheim wohl zwischen digitaler Bilddatenbank, Tourismusbörse für den Kunstbessenen und dem Verkaufsraum mit kunstbedruckten Schirmen, Füllern sowie Tagebüchern nicht bleiben. Aber vielleicht ist die Netzkunst wirklich tot und Online-Kunst wie die von der Tate Britain (Netzkunst bei Tate Britain), dem San Francisco Museum of Modern Art (Die Zukunft macht plopp!) oder dem Museum of Modern Art in New York genauso hoffnungsvoll überholt wie die unzähligen kleinen Projekte und einzelnen Netzkünstler.

Auf in den virtuellen Themenpark, in dem die Kunst nur noch die wesentliche Funktion hat, die Kasse klingeln zu lassen!

Telepolis Artikel-URL: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/7/7569/1.html>

1.3.1. Google Earth

Google Earth

<http://earth.google.com>

Google Earth kombiniert die Leistungsfähigkeit der Google-Suche mit Satellitenbildern, Landkarten, Geländedaten und 3D-Gebäuden zu einem weltweiten geografischen Informationssystem, das Ihnen auf Tastendruck zur Verfügung steht.

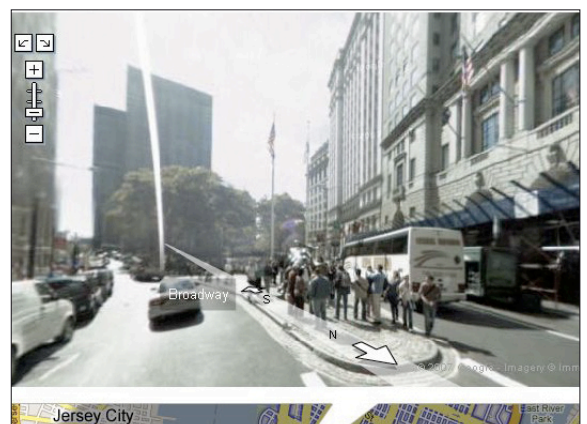
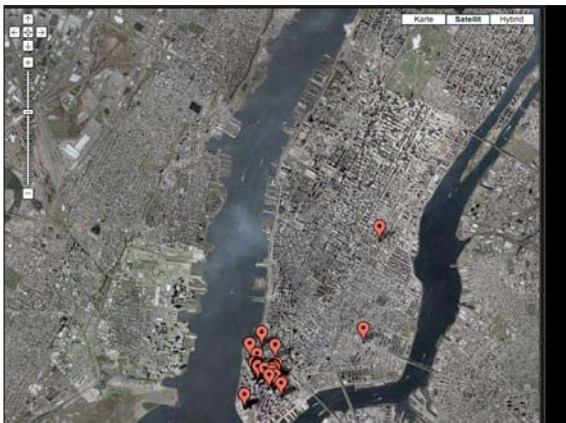
- Fliegen Sie zu Ihrem Haus. Geben Sie einfach die Adresse ein und klicken Sie auf "Suchen" - Ihr Haus wird in Sekundenschnelle herangezoomt.
 - Suchen Sie nach Schulen, Parks, Restaurants und Hotels. Rufen Sie Wegbeschreibungen ab.
 - Neigen und drehen Sie die Ansicht, um Gebäude und Gelände in 3D zu betrachten. Oder blicken Sie nach oben und erforschen Sie den Himmel.
 - Speichern Sie Ihre Suchergebnisse und bevorzugten Orte und tauschen Sie sie mit Ihren Freunden aus.
- <http://earth.google.com/intl/de/>

Kommentar:

Ein bekanntes Beispiel für den virtuellen Raum im Internet und für intuitive, visuelle Navigation ist Google Earth.

Man kann Punkte auf der Lankarte markieren, sie heranzoomen und per Klick näheres darüber erfahren. Die gekennzeichneten Punkte können Texte, Fotos oder Videos enthalten.

Im Prinzip könnte man eine virtuelle Galerie irgendwo auf der Welt plazieren und einfach Punkte (die jeweils die Vorschau zu den Kunstwerken enthalten) auf der Welt plazieren. Eine Ausstellung irgendwo in der Wüste? Im bunten Treiben von Tokyo? Oder im Haus von Britney Spears? Zur Ausstellungseröffnung verschickt man dann jeweils nur die entsprechenden Koordinaten. Weshalb sich also einen eigenen virtuellen Raum bauen?



Habitat Perspectives

<http://www.marumushi.com/apps/perspectives>

“Place is a special kind of object. It is a concretion of value, though not a valued thing that can be handled or carried about easily; it is an object in which one can dwell. Space, is given by the ability to move. Movements are often directed toward, or repulsed by, objects and places. Hence space can be variously experienced as the relative location of objects or places, as the distances and expanses that separate or link places, and - more abstractly - as the area defined by a network of places”

Yi-Fu Tuan - “Space and Place, the Perspective of experience” - 1977

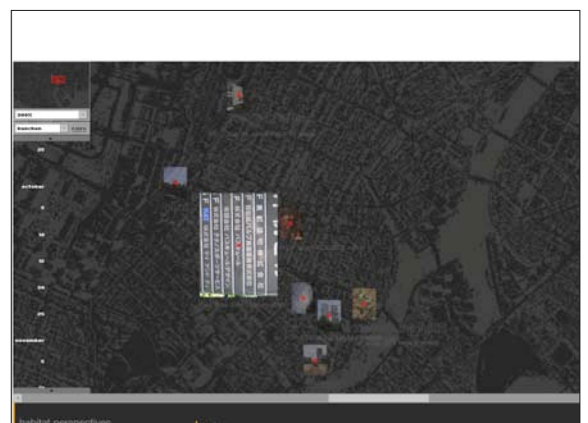
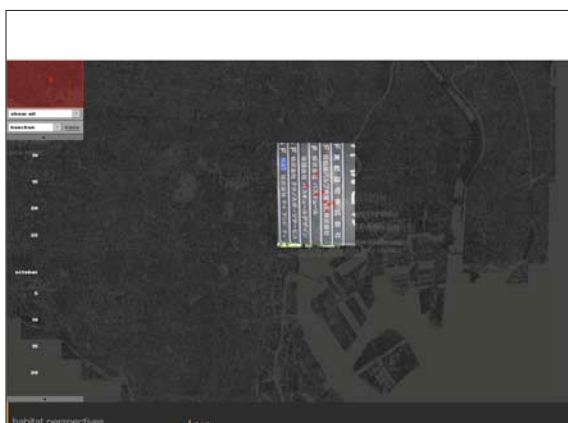
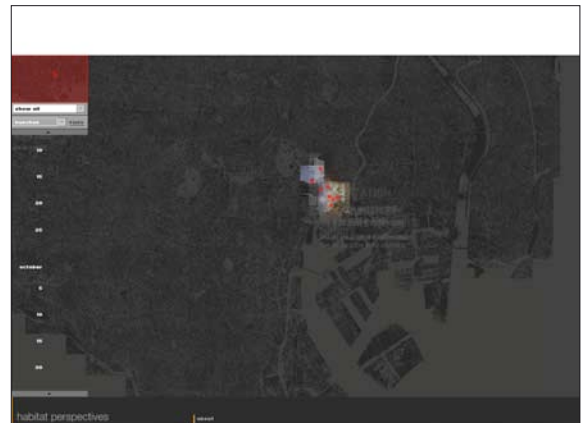
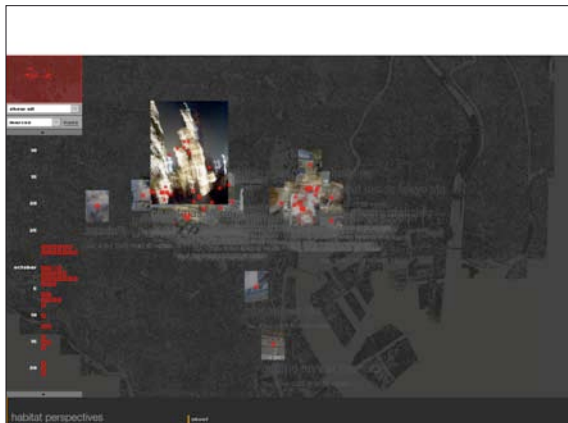
concept

The idea behind Habitat Perspectives is visualizing spatio-temporally the places we inhabit. You will be able to follow the participants live, posting imagery to this application from the road through gps enabled mobile media. The target is to conceptualise how the perception of the city differs from participant to participant depending on their everyday habits. Though in a beginning only a black background will predominate in the application, as participants post more and more content, a map of the city, and the map of each of the participants “places” will slowly start emerging....

<http://www.marumushi.com/apps/perspectives/index.cfm>

Kommentar:

Habitat Perspectives ist wie eine Landkarte angelegt (vergleiche Google Earth), mit verschiedenen markierten Punkten, welche sich in Text und Bild übereinander schichten. Per Klick lassen sie sich die Punkte heranzoomen, oder es kann wie bei Google Earth die ganze Karte bis zu 500% vergrößert werden. Die einzelnen Punkte können nach Ort oder Datum sortiert werden.



1.3.3. GOOGLEHOUSE.NET

GOOGLEHOUSE.NET

<http://www.googlehouse.net/>

La GOOGLEHOUSE est un dispositif qui construit en temps réel une maison à partir d'images de pièces d'habitation (living room, tv room...) trouvées sur internet via un moteur de recherche d'images.

The GOOGLEHOUSE is an online process that builds a house with images of domestic rooms (living room, tv room...) picked up on the internet using an image search engine.

<http://www.marumushi.com/apps/perspectives/index.cfm>

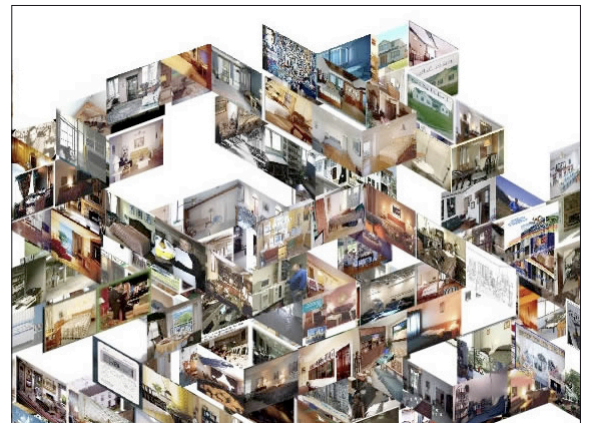
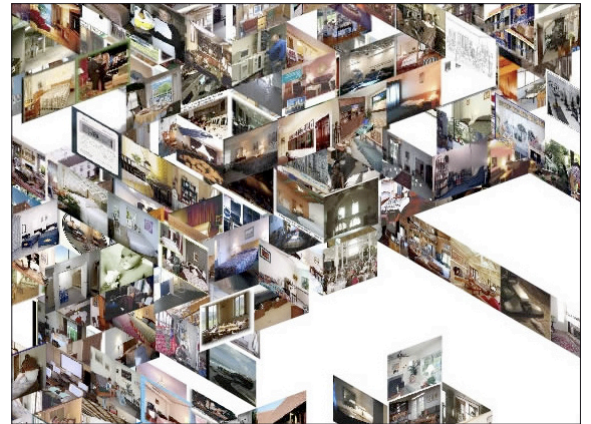
Kommentar:

Die Website googlehouse.net ist von 2003 und präsentiert sich online im momentanen Zustand nur als Screenshot.

Je komplexer, aufwändiger eine Seite in der Programmierung, umso schneller scheint sie auch wieder zu verschwinden.

Die Technik den immer neuen Standards anzupassen ist aufwändig oder unmöglich.

Dies ist bestimmt mit ein Grund, weshalb sich viele Sites auf klassisches HTML rückbesinnen, und statischem Text und Bildern den Vorzug vor dynamisch, verspielten Flash-Anwendungen geben.



1.3.4. AMAZ NODE

AMAZ NODE

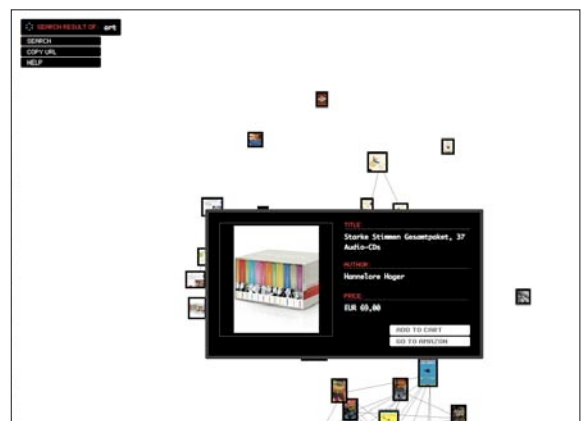
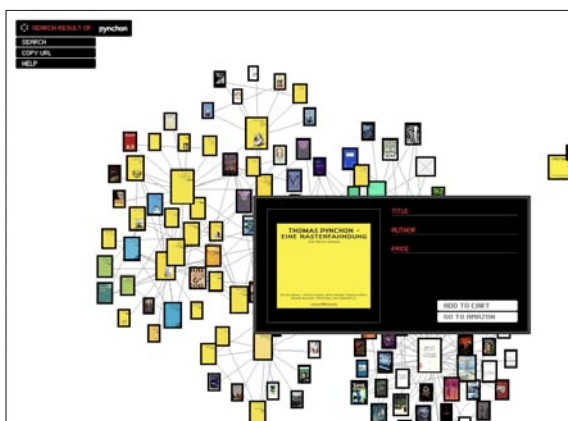
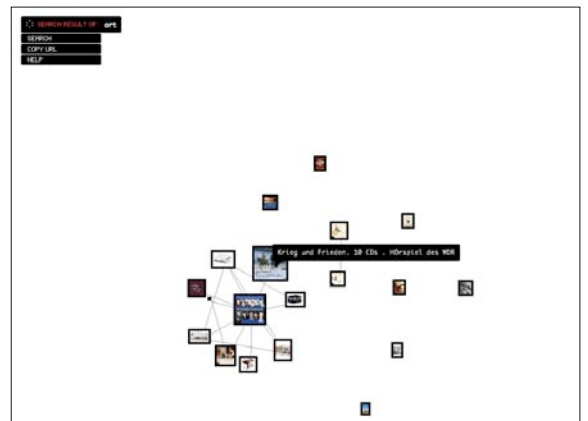
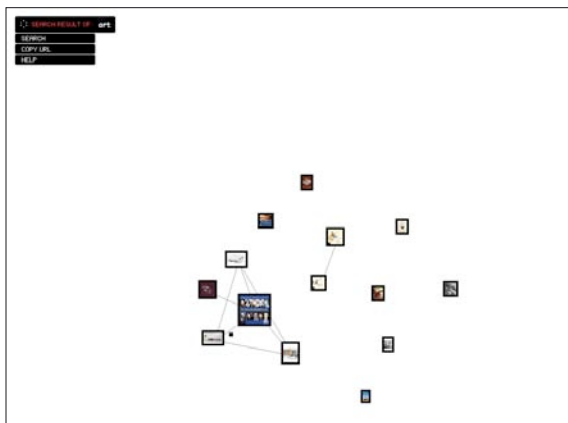
<http://amaznode.fladdict.net>

amazon related product search

Amaznode is a relation based search engine for amazon which is made with adobe flash9(as3). This search engine visualize a relation network of products in amazon, from the statistics data "customers who bought this item also bought", by digging related products again and again. Amaznode is not only for searching but also good for reserching and making an associate link.
<http://amaznode.fladdict.net>

Kommentar:

AMAZ NODE bietet eine visuelle, verspielte Suche nach Amazon Produkten. Die einzelnen Punkte (Produkte) sind untereinander mit einem sogenannten 'Gummiband' verbunden, und bilden je nach Suchergebnis einzelne Clusters, Gruppen. Verschiebt man den einzelnen Punkt, folgen alle anderen nach. Per Rollover vergrößert er sich, tritt in den Vordergrund, und der Titel zum Produkt wird eingeblendet. Per Klick kommt man zur Grossansicht mit entsprechender Information und kann den Artikel entweder direkt in den Warenkorb legen, oder zur Amazon Seite gelangen.



1.3.5. flickr graph

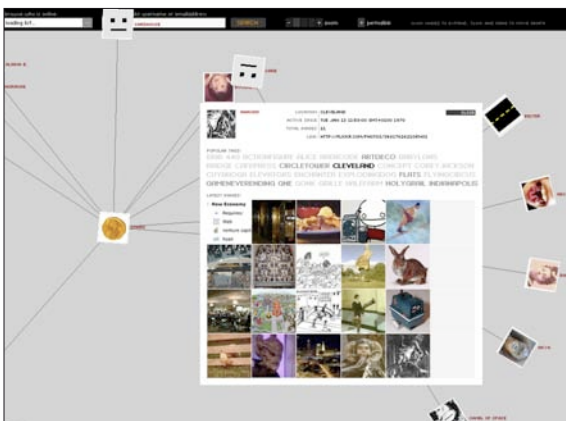
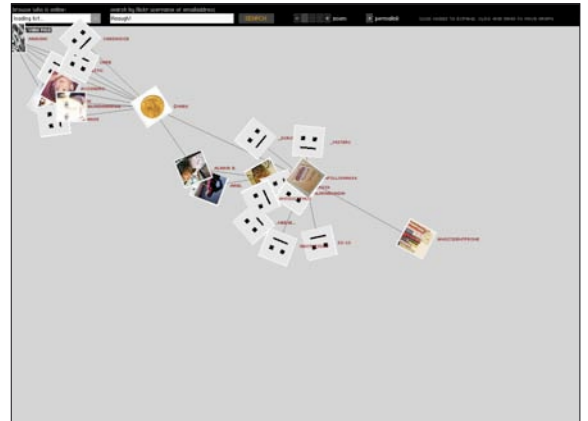
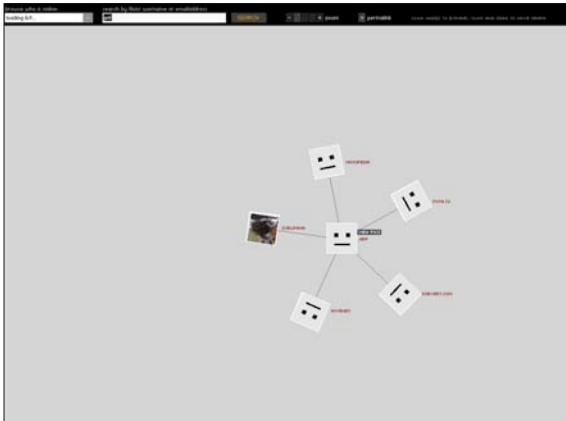
flickr graph

<http://www.marumushi.com/apps/flickrgraph/>

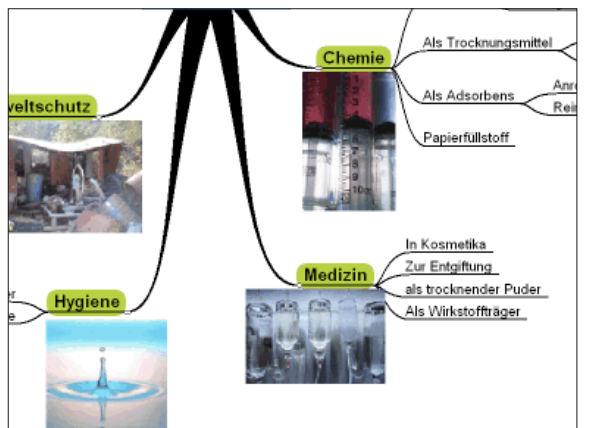
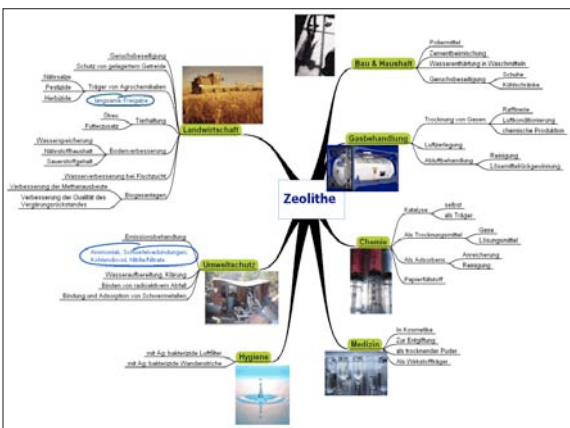
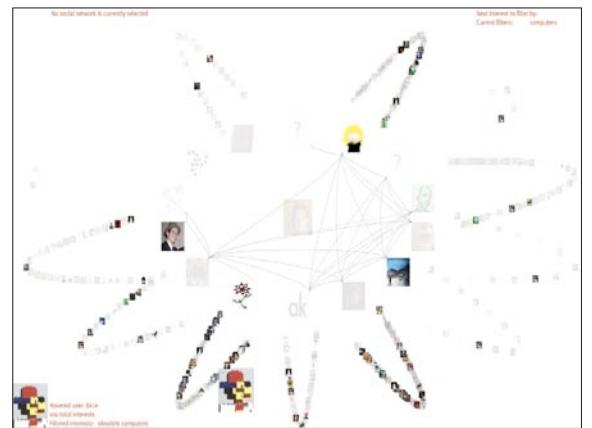
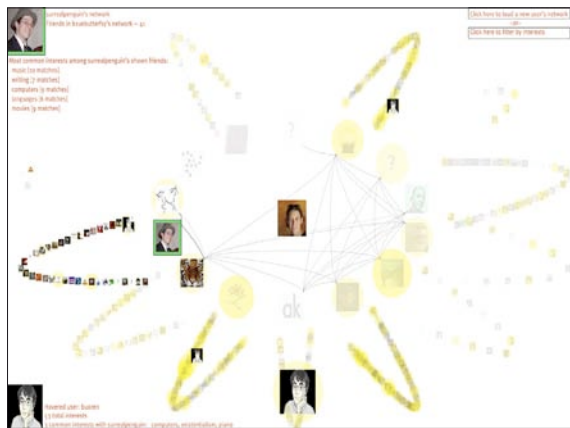
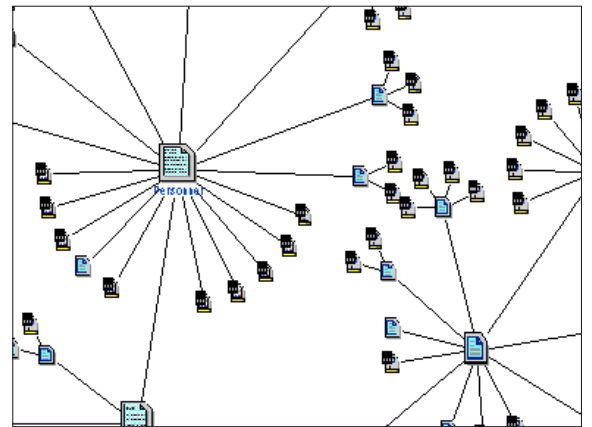
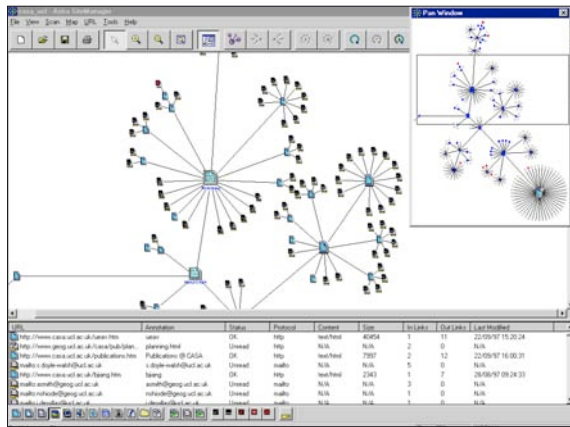
Flickr Graph is an application that explores the social relationships inside flickr.com. It makes use of the classic attraction-repulsion algorithm for graphs. Start exploring your contacts by entering your flickr username or the email address you used to register there. <http://amaznode.fladdict.net>

Kommentar:

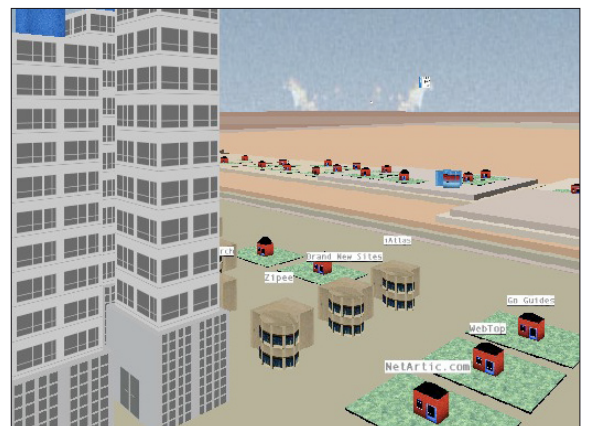
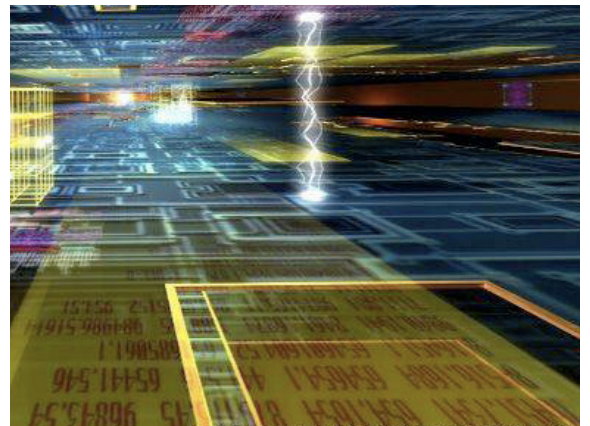
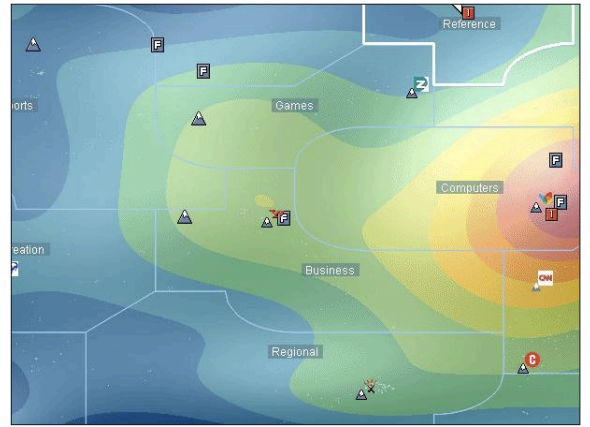
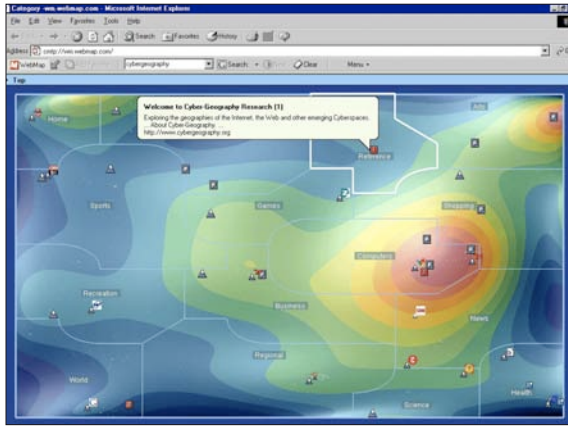
Flickr Graph ist wie AMAZ NODE eine dynamische Verknüpfung verschiedener Punkte und Clusters. Die Punkte sind in ständiger Bewegung. Es lassen sich per Klick auf einen jeweiligen Punkt immer neue Verbindungen und Punkte öffnen. Per Klick auf 'view pics', des jeweiligen Punktes erhält man eine Übersicht der Bilder als Vorschau. Die vielen traurigen smiley Gesichter deuten wahrscheinlich an, dass viele Bilder nicht abrufbar, nicht mehr online sind. So wird aus der intuitiven Suche nach Bildern eher eine graue Suche ins Blaue hinaus.



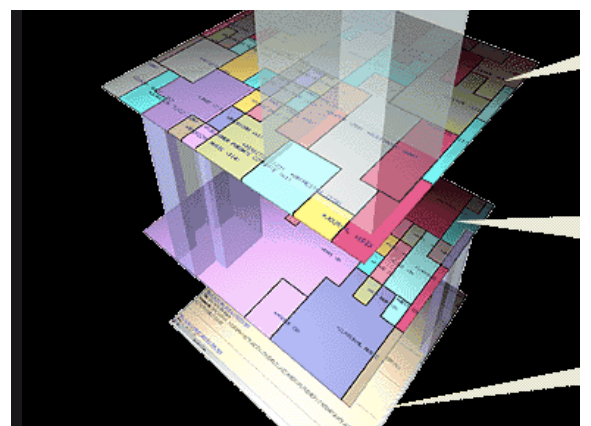
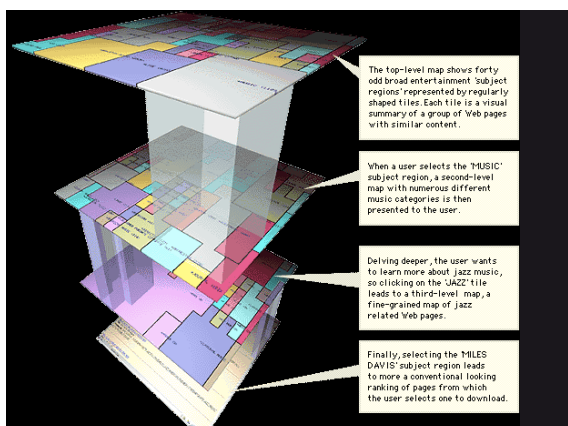
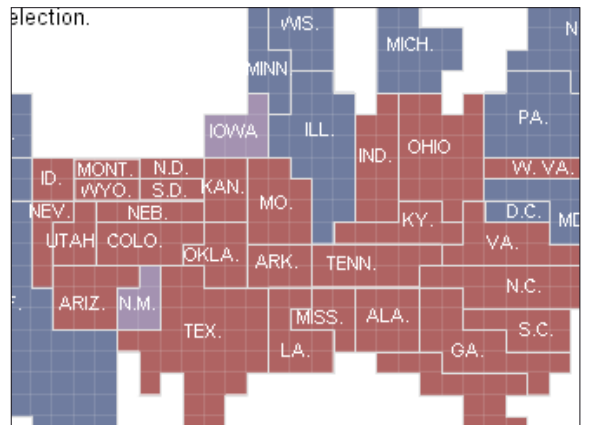
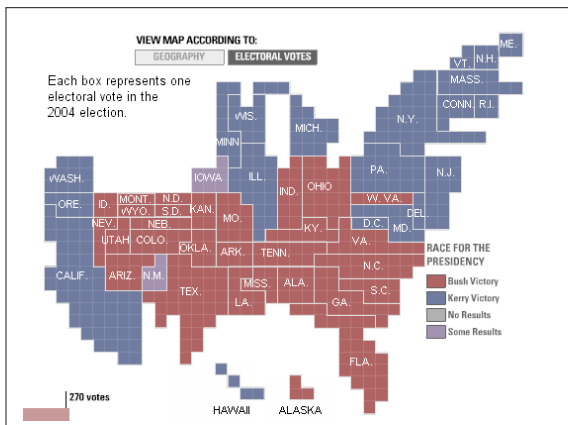
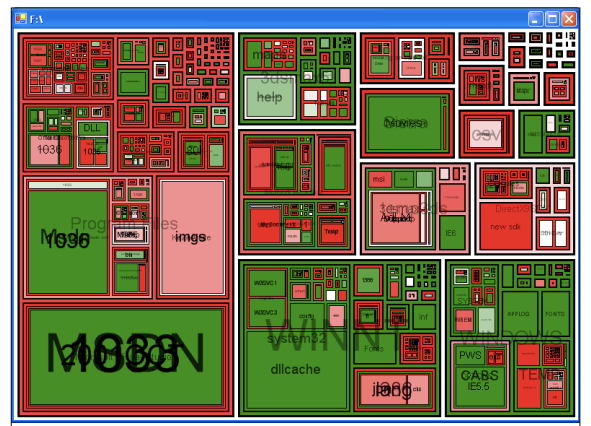
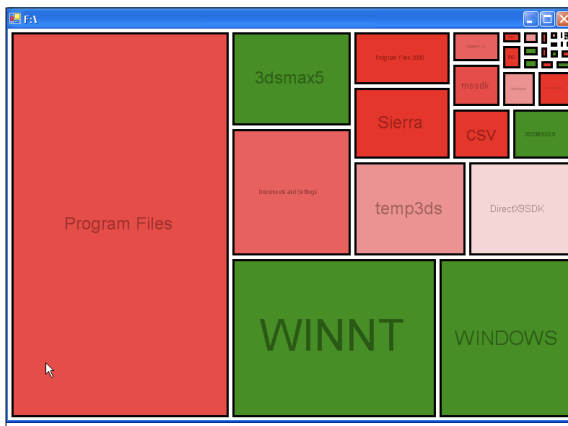
1.4.2. Atlas of Cyberspaces #1



1.4.2. Atlas of Cyberspaces #2



1.4.3. Atlas of Cyberspaces #1



Konzept/Idee

Gedanken zu einem virtuellen Ausstellungsraum

Allgemein

Wahrscheinlich erlaubt es das Budget nicht ein Millionenprojekt zu realisieren, wie Guggenheim es vorhatte, und wahrscheinlich will man sich nicht nur mit Masse zufrieden geben, wie Saatchi dies im Moment mit seiner online Galerie tut.

Viele online Galerien, die hier nicht in den Beispielen erwähnt sind, funktionieren als reine Linklisten.

Die bekanntesten und umfangreichsten online Galerien für Netzkunst sind rhizome.org und turbulence.org.

Ihr Erfolg basiert vor allem auf einer umfangreichen Sammlung, Vernetzung und Vermittlung.

Rhizome.org stellt zwar immer wieder online Ausstellungen durch verschiedene Kuratoren zusammen (die aus der umfangreichen artbase ja genügend Arbeiten zur Auswahl haben), die Ausstellungen sind aber nur als Listen in Wort und Bild zusammengestellt.

Gefragt ist eine ausgewählte Sammlung, die Arbeiten nicht nur per Hypertext verlinkt, sondern die Arbeiten ihrem Medium entsprechend gebührend präsentiert. Der Besucher soll sich wohlfühlen, gut zurecht finden, interessantes Entdecken, Zugang zu ausführlichen Informationen erhalten, sich austauschen können und möglichst wieder kommen und gespannt auf die nächste Ausstellung warten.

Was macht eine reale Kunst-Ausstellung aus?

1. Es gibt eine Galerie mit diversen Räumen.
2. Ein Kurator/Kuratorin überlegt sich eine Ausstellungskonzept (Thema) für diese entsprechenden Räume.
3. Der Kurator lädt Künstler/Künstlerinnen ein, die in sein Ausstellungskonzept passen.
4. Zusammen mit den Künstler/Künstlerinnen bespricht er, was, wo, wie, ausgestellt werden könnte.
5. Der Kurator macht einen Ausstellungsplan, wählt die Arbeiten aus, und versucht daraus eine attraktive Ausstellung zu gestalten.
6. Die Ausstellung wird (meist) zusammen mit den Künstlern aufgebaut.
7. Eine Einladungskarte wird versandt, ein Inserat geschaltet, ein Mailing verschickt und jeder wird eingeladen die Ausstellung zu besuchen und an der Vernissage teilzunehmen.
8. Es gibt eine Vernissage mit Wein und Häppchen, der Kurator spricht einige einleitende Worte und man genießt die Menschen, den Smalltalk, die Kunst und den Wein.

Was macht eine virtuelle Netzkunst-Ausstellung aus?

Bei meiner Recherche zu einem virtuellen Ausstellungsraum habe ich mich anhand der gefundenen Beispiele immer wieder die Frage gestellt, welcher Prozess zu der entsprechenden online Präsentation führte? Wer war in den Prozess involviert?

Wird die Art der Präsentation der Netzkunst gerecht? Einer Kunstform, die sich ja selbst in diesem Medium bestens auskennt. Die Netzkunst hält sich ja bereits im virtuellen Raum auf. Sie ist bereits da, wo die Galerie hin will: online.

Alle Negativpunkte, die sie in einem realen Ausstellungsraum scheitern liess, sind hier ihre Vorteile.

Wie kann ich mir also als online Galerie diese Vorteile zu nutze machen?

Konzept/Idee

Gedanken zu einem virtuellen Ausstellungsraum

Idee zu einer virtuellen Netzkunst-Ausstellung

Weshalb den virtuellen Raum nicht den Künstlern zum bespielen übergeben? In einer realen Galerie hat der Künstler meist Einfluss darauf, wie er seine Kunst präsentieren möchte. Will er die Wände grün streichen? Die ganze Wand ausfüllen oder nur ein kleines Bild zeigen? Den Raum abdunkeln oder voll ausleuchten? etc. etc.

Übersetzt auf eine virtuelle Netzkunst-Galerie, könnte man jedem Künstler eine gewisse Anzahl Pixel zur Verfügung stellen um seine Arbeit zu präsentieren. Welche Bilder er zeigen will, wieviele, animiert oder nicht, oder nur Text etc. bleibt ihm überlassen.

Der Kurator kann ein Raster erstellen und die Pixel an die Künstler vergeben, er kann sich überlegen wen er wo plazieren will, wieviel Raum er zur Verfügung stellt, und entscheiden welche Arbeiten er wo plazieren möchte.

Die Ausstellung besteht aus einer einzigen Seite. Je mehr Künstler, je mehr Raum umso grösser die Seite. Die Grösse der Seite richtet sich nicht an eine bestimmte Browsergrösse. Ist die Seite breiter oder länger als das Browserfenster wird gescrollt.

Per Rollover auf einen bespielten Pixelraum, erhält man die Informationen über die Arbeit: Künstler, Werk, Medium etc. Per Klick auf den bespielten Pixelraum kommt man direkt zur Arbeit, oder erhält zuvor eine Grossansicht der Vorschau. Alternativ steht die Möglichkeit zur Verfügung sich nur das Raster des Raumes anzeigen zu lassen, ohne Bilder, nur mit Name und Werk des Künstlers (Floorplan).

Jede Ausstellung präsentiert sich in neuem Bild, da jeder Künstler die Räume wieder anders bespielt und der Kurator für jede Ausstellung ein neues Raster erstellt.

Es sind Gruppenausstellungen bis zu 20 Künstlern oder mehr möglich. Auch Einzelausstellungen sind interessant, wo ein Künstler mehrere Arbeiten in verschiedenen Räume zeigt.

Kommentar

Diese Art einer online Ausstellung für Netzkunst, entspricht aus meiner Sicht dem Medium. Die Galerie nutzt die handwerklichen, gestalterischen, digitalen Kenntnisse der Netzkünstler und gestaltet die Ausstellung mit ihnen zusammen. Netzkunst ist im Gegensatz zu klassischen Medien wie Malerei, Video und Fotografie vielschichtiger und unterschiedlicher in ihrer Form, Gestaltung und Absicht. Weshalb sie also in ein klares Raster bringen, das jede Arbeit gleich behandelt?

Die Art der Ausstellung setzt sich klar ab von bisherigen, klassischen Formen von Kunstpräsentationen im Internet und soll auf den ersten Blick signalisieren, dass es sich bei den ausgestellten Arbeiten nicht um Fotografie oder Malerei handelt.

Die Galerie versucht weder einen realen noch einen virtuellen Raum zu simulieren, sie bleibt nahe bei den Künstlern und nahe am Medium.

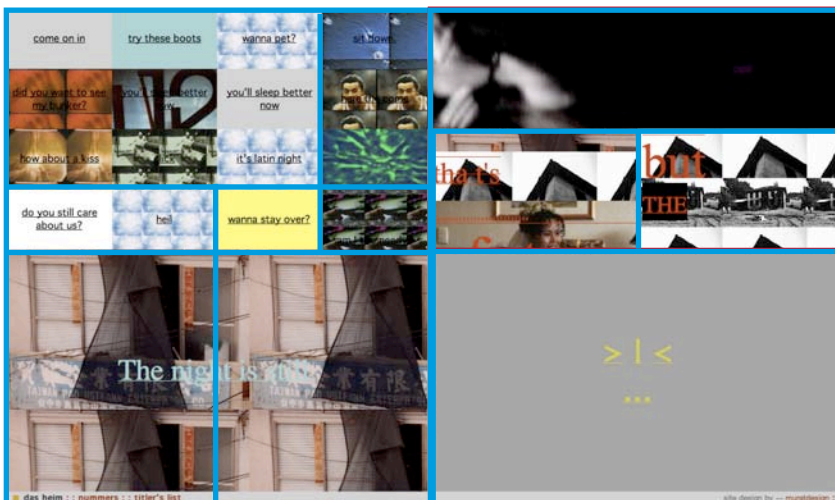
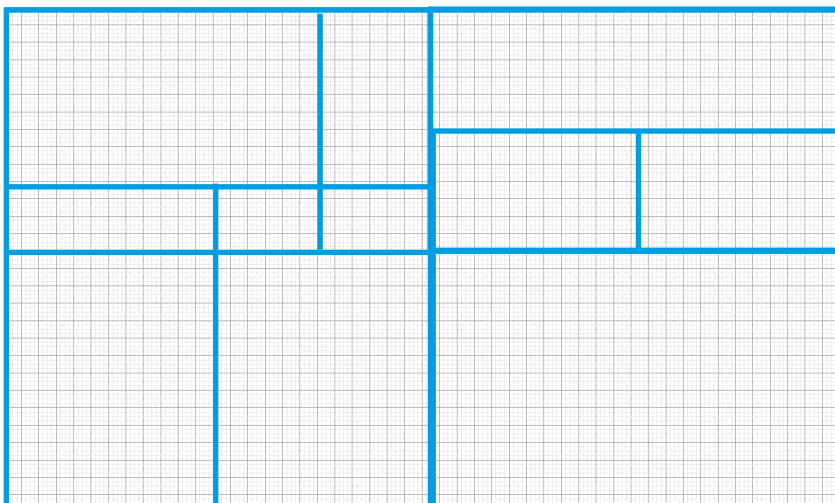
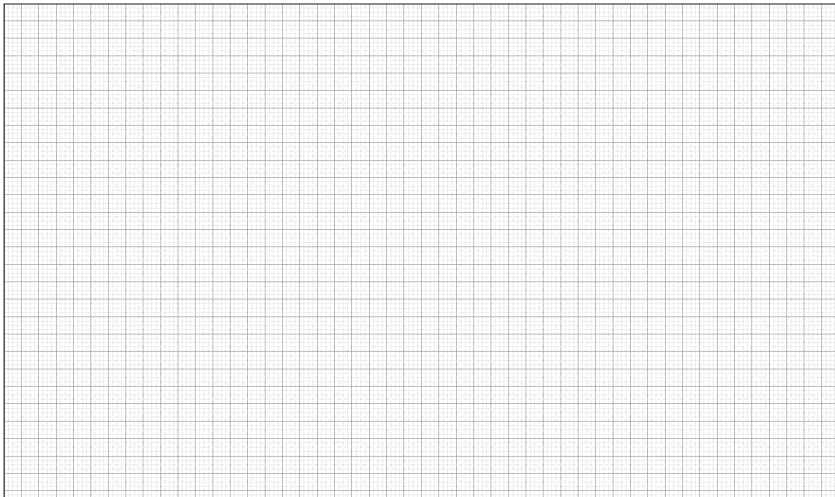
Die Form der Ausstellung ist offen und flexibel. Es findet ein Dialog statt zwischen Kurator und Künstler, welche beide in den Entsehungsprozess involviert sind.

Konzept/Idee

Gedanken zu einem virtuellen Ausstellungsraum

Rasterseite / Floorplan

1. Grundraster in Pixel
2. Raster wird vom Kurator in verschiedene Räume eingeteilt
3. Räume werden auf Künstler verteilt, die den ihnen zugeteilten Platz individuell bespielen.



Konzept/Idee

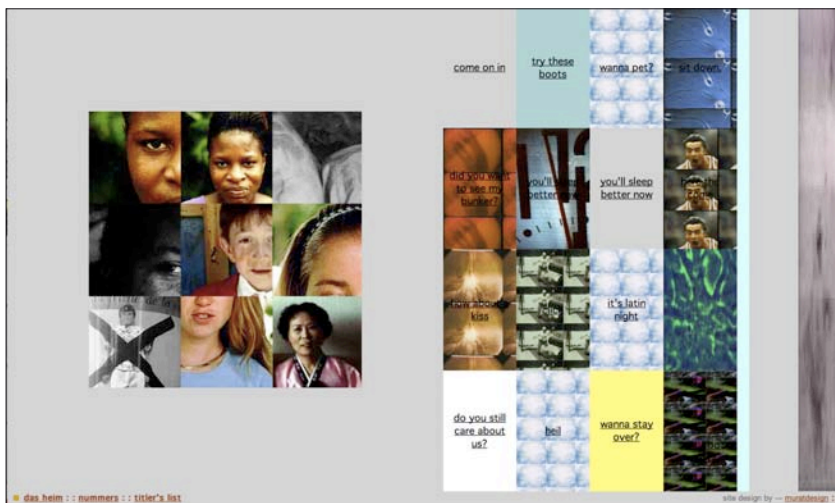
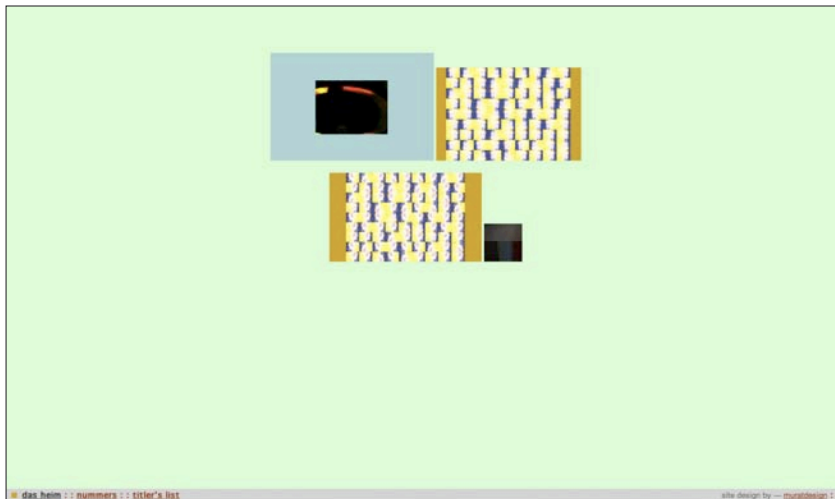
Gedanken zu einem virtuellen Ausstellungsraum

Die Website titler.com von Murat Bodur verfolgt ein ähnliches Konzept; diverse Flächen der HTML Seite werden verschiedenst bespielt. Die Screenshots vermitteln eine Idee, wie unterschiedlich und vielfältig das Raster der virtuellen Ausstellung aussehen könnte.

Boder's Webseite ist eine Projektwebseite, die sich je nach Klick immer neu zusammen baut.

In einer Ausstellungssituation würde jedes Raster für eine Ausstellung stehen.

Wie die Seite konkret aussehen würde liegt in der Hand des Kurators und der Künstler.



Screenshots titler.com