

## Streaming Video Art

### Beobachtungen zur Onlinepräsentation und -distribution von Videokunst

*Stephanie Sarah Lauke*

#### Survival Kit für Videokunst

Wie erhalten und verbreiten sich Organismen und Ökosysteme, wenn sie von der Außenwelt abgeschnitten sind? Bemüht um Antwort, blickt der Biogeograf in die Vergangenheit. Der britische Künstler und Filmemacher Ben Rivers wagt in seinem Projekt SLOW ACTION (2010) den Blick auf das noch vor uns Liegende in Form von Reiseberichten über die post-apokalyptischen Überlebensstrategien der Inseln Eleven, Hiva (The Society Islands), Kanzennashima und Somerset berichtet. Ebenso vielschichtig wie die insularen Biogeografien ist die Präsentation und Verbreitung von SLOW ACTION: In der Galerie Picture This in Bristol wurde SLOW ACTION als Videoinstallation für vier Projektionsflächen ausgestellt, die Londoner Matt's Gallery zeigte die Arbeit als Filmprojektion, auf diversen Filmfestivals zirkulierte eine Kinoverision und auf der Webseite Animate Projects ist SLOW ACTION als vierkanaliges Onlinedisplay<sup>1</sup> zu erleben (Abb. 1).<sup>2</sup> Über diese Präsentationen hinaus können Interessierte vermittels der Videosharing-Plattformen YouTube und Dailymotion<sup>3</sup>, des Onlinekatalogs des Videokunstvertriebs LUX sowie der Webseite des Künstlers<sup>4</sup> diskursivierende weiterführende Texte, Fotografien, Videointerviews und Videodokumentationen zu SLOW ACTION rezipieren. Die

vermeintlichen Grenzen zwischen Installation und Film, Museum und Kino, off- und online verschwimmen. Werden wir, um Videokunst zu erleben, bald nicht mehr nur die Galerie, das Museum und das Kino aufsuchen, sondern auch im Internet surfen, Onlineplattformen und -datenbanken durchforsten, online Videokunst kommentieren und sogar unsere eigene Version von SLOW ACTION montieren?

Von dieser Frage ausgehend untersucht der vorliegende Essay die historischen und gegenwärtigen Entwicklungen der Verbreitung und Präsentation von Videokunst im digitalen Zeitalter. Welche Strategien der Onlinepräsentation und -distribution lassen sich ausmachen? Sind diese als verlängernde, redundante Strategien oder erweiternde Strategien im Sinne einer Ergänzung zu beurteilen? Und welchen Anteil trägt daran die Convergence Culture? In Beantwortung dieser Fragen widmet sich der Essay in einem Vierschritt zunächst der phänomenologischen Bestimmung von Videokunst, gefolgt von einer Beschreibung der grundlegenden Onlinedistributionsräume von Videokunst<sup>5</sup> – maßgeblich Datenbank und Plattform –, um in einem dritten Schritt die Funktion des Internets als Katalogmedium und Ausstellungsraum herauszuarbeiten und abzuschließen mit Beobachtungen zur Rolle der Convergence Culture in der Distribution und Weiterentwicklung der Videokunst.

## Videokunst – Variation in der Präsentation

Mit dem Begriff der Videokunst<sup>6</sup> sei im Folgenden weniger eine Kunstgattung bezeichnet, sondern ein künstlerisches Verfahren, welches vornehmlich als Videoband oder Videoinstallation in Erscheinung tritt. Nicht die Videotechnologie steht dabei als korpusbestimmendes Merkmal im Vordergrund, sondern jene Qualität der Präsentation analoger und digitaler Bewegtbilder, die Katharina Ammann in ihrer Untersuchung *Video ausstellen. Potenziale der Präsentation* geltend macht:

Bei jeder Aufführung eines Videos muss erneut über die Verkörperung des Codes nachgedacht werden,

was allein schon veranschaulicht, dass jede Präsentation zwangsläufig auch einer Inszenierung entspricht. Diese Gleichzeitigkeit von Ausstellen und Aufführen, diese paradoxe Unternehmung, laufende Bilder ins Museum zu stellen, bilden Grund und Ausgangslage für die Auseinandersetzung mit der Präsentation von Video. (Ammann 2009: 15)

In solchen künstlerischen Projekten, ob Einzelband oder raumgreifende Installation, verbinden sich in der Kunstaussstellung die immateriellen Bewegtbilder und die materiellen Komponenten der Präsentation zu einer untrennbaren Einheit<sup>7</sup>, die für jede Ausstellung erneut auszuhandeln ist, weshalb Videokunst den Aufführungskünsten zugeordnet werden kann. (Vgl. ebd.) Dabei erweist sich das Verhältnis



**Abb. 1:** SLOW ACTION, 2010, Videokunstprojekt, Onlinedisplay für Animate Projects (Courtesy: Ben Rivers and Animate Projects)

zwischen den materiellen und immateriellen Komponenten keinesfalls als arbiträr, dennoch in vielen Fällen<sup>8</sup> als variabel. Im digitalen Zeitalter kann dies zu produktiven Momenten im Umgang mit Video- und Medienkunst führen, wie Hans Ulrich Reck anlässlich ihrer Archivierung und Restaurierung anmerkt:

Hier nämlich kann und muß identisch repliziert werden, hier erst macht der Begriff des Originalen keinen Sinn mehr, hier erst ist das Material gegenüber seiner Medialisierung immun und variabel, hier erst erweitert jeder Gebrauch das Material und Archiv statt es abzunutzen, hier erst ist der Nutzer nicht mehr Rezipient oder Betrachter, sondern Arrangeur, Produzent, Regisseur, Monteur. Alles Vergegenständlichte, auch das Kunstwerk, wird zum Halbfabrikat und zum stetig veränderbaren, stets vorhandenen Rohmaterial. Jedes Endprodukt ist immer auch Ausgangsmaterial, Endform und Rohmaterial können weder physisch noch ontologisch unterschieden werden. (Reck 1997: 101)

Diese oszillierende Variabilität, das wohlüberlegte, nicht mehr abgeschlossene Werden, gerät im digitalen Zeitalter zu einem wesentlichen Spezifikum von Video- und Medienkunst. In ständigem Wandel begriffen, fordern künstlerische Projekte mit Video und Film die Rezeption und Distribution gleichermaßen heraus. Die Rezeption ist allgemein eingeschränkt durch die vornehmlich kurzen Ausstellungsintervalle der Projekte, bei älteren Videoarbeiten ist aufgrund der zunehmenden Inkompatibilität mit heutigen Wiedergabeapparaturen eine kostenaufwändige Migration notwendig und nicht zuletzt unterliegt die Rezeption den ökonomischen Restriktionen des Kunstmarktes. Im besten Fall lagern die Projekte, Materialien und Dokumentationen in Museen, bei Fernsehsendern und Galerien ein, der Zugang ist jedoch meist mit Sichtung-

oder Verleihgebühren verbunden. (Vgl. Schubiger 2004: 19) Mit diesem von Irene Schubiger bezeichneten „Rezeptionsproblem“ (ebd.) geht das von Dieter Daniels bezeichnete „Vermittlungsparadox der Medienkunst“ (Daniels 2004: 90, siehe auch Daniels 1985: 41) einher:

Die künstlerische Arbeit findet zwar in den elektronischen Medien statt, doch sie profitiert nur in sehr bescheidenem Mass [sic] von dem enormen Verbreitungspotential dieser Medien. Stattdessen erweist sich die Medialität dieser Kunst als ein Hindernis für ihre Kompatibilität mit den etablierten Wegen der Information, Evaluation und Distribution von Kunst. Denn die Medienkunst lässt sich durch die klassische Text-Bild Darstellung in Buch oder Zeitschrift nur unzureichend vermitteln, da sie ohne die Erfahrung ihrer eigentlichen, multimedialen Qualität oft kaum in ihrer Bedeutung zu erfassen ist. (Daniels 2004: 90-91)

Indem Kunstschaffende Video oder Film als Reproduktionstechnologie heranziehen, sich jene jedoch gleichzeitig ihrer eigenen Reproduzierbarkeit zu entziehen scheint, erweist sich das Paradox als Herausforderung für die Dokumentation, Distribution und Präsentation von Videokunst gleichermaßen.

### Vom Still zum Streaming Video

Die Vision, Videokunst über die Kanäle der Massenmedien zu präsentieren und zu verbreiten, setzte in der Bundesrepublik Deutschland bereits kurz nach Beginn der ersten künstlerischen Projekte ein. Gerry Schum erprobte Ende der 1960er Jahre mit dem Format der Fernseh-galerie die Erweiterung des musealen Präsentationsraumes in das Medium Fernsehen, um Videokunst einem breiteren Publikum zugänglich

zu machen.<sup>9</sup> Nach zwei Sendungen, FERNSEHAUSSTELLUNG I, LAND ART (1969, 36 Min., SFB) und FERSEHAUSSTELLUNG II, IDENTIFICATIONS (1970, 38. Min., SWF), wurde das Projekt wieder eingestellt<sup>10</sup>, die deutschen Sendeanstalten setzen statt der Präsentation nunmehr auf die Kontextualisierung von Videokunst in Form von Kulturnachrichten und Magazinsendungen<sup>11</sup> sowie Fernsehdokumentationen<sup>12</sup> und Künstlerporträts<sup>13</sup>, wobei Videokunst bis in die 1990er Jahre hinein in der massenmedialen Berichterstattung als Nischenphänomen gelten muss. Erst im Jahr 2001 realisierte sich mit dem französisch-deutschen Spartenkanal Souvenirs From Earth Schums Vision der Präsentation von Videokunst im Fernsehen.<sup>14</sup> Mit Einführung der Breitbandübertragung im Jahr 2005 befindet sich das Internet technologisch in einer ähnlichen Situation wie das Fernsehen rund 35 Jahre zuvor und bietet erneut einen Nährboden für Utopien.

Die Verbreitung von Videokunst im World Wide Web lässt sich in zwei Phasen unterteilen: Phase 1 (1991–2004) beschreibt die Beschleunigung vom statischen Bild zum Bewegtbild, mit Phase 2 (seit 2004) setzt die Verbreitung und Ausdifferenzierung des Onlinevideos<sup>15</sup> ein. Parallel zur Entwicklung des Hyperlink-Systems World Wide Web, welches 1991 online ging, entstand mit dem Softwareformat Quicktime die Möglichkeit, digitale Videos ohne zusätzliche externe Hardware abspielen zu können. Allerdings war die Auflösung der Videos zunächst sehr gering und die Übertragung mit 10 Einzelbildern pro Sekunde gestaltete sich merklich langsam, so dass sich das Onlinevideo erst nach rund 14 Jahren technischer Weiterentwicklung als onlinespezifische Kommunikationsform etablie-

ren konnte. Diese Zeitspanne wurde mit Hilfe von Flash Animationen – zu einem Videofilm animierte Einzelbilder – überbrückt. Während dieser Phase ließ sich Videokunst online mittels Text, Standbildern und Fotografien verbreiten. Mit Einführung der Breitbandtechnologie, die eine rapide Beschleunigung des Datenpakettransfers ermöglichte, erweiterte sich ab 2004 die Distribution durch Onlinevideos. Seit 2006 kann ein Onlinevideo im Flashplayer während des Downloads als sogenanntes Streaming Video in Echtzeit betrachtet werden. Mittlerweile akzeptieren die meisten Player unterschiedliche Streamingformate und neben kommerziellen Playern werden vermehrt nichtlizenzierte Player wie Miro und Flowplayer auf open source Basis auf den Markt gebracht. Technisch gesehen besteht die Möglichkeit, Videokunst offline wie online im Internet zu distribuieren, zu präsentieren und zu rezipieren. Angesichts der weiter oben erläuterten Restriktionsmaßnahmen ist jedoch zu fragen, inwieweit das technologische Können in ein künstlerisches und ökonomisches Wollen übergeht. Im Folgenden werden die durch die Etablierung des Onlinevideos entsprungenen Möglichkeiten erläutert, neben text- und bildbasierten Medien Videokunst auch audiovisuell zu distribuieren und zu präsentieren. Die onlinebasierte, audiovisuelle Verbreitung von Videokunst kann grundsätzlich in zwei Formen vollzogen werden, als Reproduktion verwendeten Bildmaterials sowie als Produktion neuen Bildmaterials. Als reproduziertes Bildmaterial sei sämtliches in der Ausstellung über Filmprojektor, Beamer oder andere Wiedergabegeräte wie Röhrenmonitor, LCD-Screen und Laptop wiedergegebenes Material bezeichnet, allerdings mit einer Einschränkung:

Es kann nur auf vorgefertigtes und vormontiertes Bildmaterial zurückgegriffen werden. Bildmaterial, welches während der Ausstellung als Live-Aufzeichnung generiert wird, entzieht sich der onlinebasierten Wiedergabe. Das reproduzierte Bildmaterial lässt sich als Ausschnitt, Zusammenschnitt, Trailer oder Film aufbereiten. Zur Bewerbung von SLOW ACTION im Vorfeld der Ausstellung bei Picture This wurde beispielsweise auf der Galeriewebseite ein zweiminütiger Ausschnitt<sup>16</sup> des Projekts zur Ansicht hochgeladen, zwei Filmversionen von SLOW ACTION, eine für den Galeriezusammenhang, eine weitere für den Kinokontext, existieren wie oben beschrieben ebenfalls. In vielen Fällen liefern diese Videos jedoch keinen Aufschluss über die von den Kunstschaffenden intendierte und realisierte Ausstellungspräsentation. Abhilfe schaffen Ausstellungsmitchnitte, Videodokumentationen, computerbasierte Simulationen oder Animationen. Im Fall von SLOW ACTION können in der plattformeigenen Onlinegalerie Picture This zwei kurze Videodokumentationen<sup>17</sup> der Installation abgerufen werden. Bei der Produktion neuen Bildmaterials unter Verwendung des Bestehenden handelt es sich um eine mediale Übertragung – eine Transformation – des Videokunstprojekts in ein anderes mediales Dispositiv. Wenn die Restauratorin Gaby Wijers zur aktuellen Situation von Videokunst anmerkt: „Recordings of live projects appear increasingly as important as or even more important than the work itself“ (Wijers 2007: 5), formuliert sich in der Nachfrage nach solchen Aufnahmen und dem öffentlichen Diskurs<sup>18</sup> ein mindestens gleichwertiges Verhältnis zwischen künstlerischen Videoarbeiten und ihren Transformationen.

### Das Internet als Katalog und Ausstellungsraum

Als Christian W. Thomsen im Jahr 1996 die unzureichende Distribution von Videokunst bemängelte (vgl. Thomsen 1996: 26), verwies er hoffnungsvoll auf die Absicht der Organisatoren der Online-Datenbank ArtNet, eine Onlinегalerie einzurichten, in der Kunstschaffende kostenpflichtig Kunst ausstellen und rezipieren können. (Vgl. Thomsen 1996: 31, s.a. Fehr 1996) Dieser Vision<sup>19</sup> ist eine Erweiterung der datenbankbasierten Metadaten um diejenigen Inhalte inhärent, die von den Metadaten ursprünglich beschrieben wurden:

Ein Blick auf die AV-Datenmasken in gängigen Archiven – etwa dem Bundesfilmarchiv in Berlin – sieht so aus, dass das Bild darin nicht oder nur in Briefmarkengröße vorkommt. Archivierung vom Medium her zu denken hieße demgegenüber bild- und tonorientierte Digitalisierung. (Ernst 2010: 16)

In Anlehnung an Wolfgang Ernst wäre bei digitalen Datenbanken zu unterscheiden zwischen metadatenbasierten und projektbasierten Speichersystemen. Metadatenbasierte Speicher stellen hierbei eine bloße Digitalisierung der Metadaten klassischer Datenbanken dar, projektbasierte Speicher hingegen werden um die ihnen zugeordneten ästhetischen Artefakte ergänzt, was bisher jedoch keinesfalls dazu führt, dass die Metadaten obsolet werden, vielmehr schiebt sich der Verweiszusammenhang von ästhetischen Artefakten zu ihren Metadaten ineinander: Metadaten und Kunstwerke bestehen nicht länger nebeneinander, sondern schreiben sich einander ein: Im digitalen Speicher rezipieren wir ein Kunstwerk gleichzeitig mit

seinen Metadaten.<sup>20</sup> Diese Entwicklung brachte Geert Lovink angesichts der onlinebasierten Rezeption von Film und Fernsehen 2008 zu folgender Feststellung: „We no longer watch films or TV; we watch databases“ (Lovink 2008: 9). Das heißt auch in den projektbasierten digitalen Speichern kommen wir um die Metadaten nicht umhin. Die „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ (Franck 1989) digitaler Speicher wird maßgeblich bestimmt von der Architektur der metadaten- und projektbasierten Speicher. Hinsichtlich der Organisationsstruktur digitaler Speicher kann dabei zwischen einer formellen, d.h. metadatenbasierten Architektur (Datenbank) und einer informellen, projektbasierten Architektur (Plattform) unterschieden werden. Die Grundfunktion einer solchen Datenbank liegt in der Einspeisung, Speicherung und Systematisierung von Daten zum Zweck ihres Abrufs zu einem beliebigen Zeitpunkt. Die Organisationsarchitektur einer Datenbank orientiert sich dabei an der Systematik der Metadaten, entsprechend der sie verwaltenden Institution. Bezogen auf die Onlinedistribution von Videokunst lassen sich derzeit folgende institutionell betreuten Datenbanktypen ausmachen: Datenbanken mit einer (a) wissenschaftlichen Ausrichtung (Datenbanken von Museen, Sammlungen und Mediatheken) (b) einer ökonomischen Ausrichtung (Vertriebsdatenbanken und Galerien) sowie (c) Künstler- und Projektwebseiten. (Tab. 1) Im Bereich der Onlinedatenbanken lässt sich beobachten, dass diese gegenüber den ursprünglich institutionseigenen Datenbanken, den Content Management Systemen, keine Erweiterung, sondern eine bloße Verlängerung darstellen, wie Sandra Fauconnier zur Onlinedatenbank Montevideo vom Netherlands

Media Art Institute (NIMk) anmerkt: „In 2010, NIMk’s online catalogue still very much reflects the idea of a printed video art catalogue; it is a static website with a late-1990s look and feel.“ (Fauconnier 2011: 112)

Auf den meisten Onlinedatenbanken sind nur Ausschnitte der jeweiligen Videokunstprojekte hochgeladen, auf der Onlinedatenbank des imai – inter media art institute und der rechtlich umstrittenen Liebhaberwebseite UbuWeb lassen sich die Projekte in voller Länge und Preview-Qualität abrufen. Um der Diversifikation immer neuer Onlinedatenbanken mehr Übersicht entgegenzusetzen, haben sich inzwischen mehrere Vertriebe und wissenschaftliche Einrichtungen zu kooperativen Internetauftritten in Form von Meta-Datenbanken zusammengeschlossen, wie das GAMA – Gateway to Archives of Media Art und die im Juli 2011 online gegangene Datenbank [mediaartbase.de](http://mediaartbase.de). Als eine weitere Form von Onlinedatenbank im oben erläuterten Sinne können Künstler- oder Projektwebseiten gelten. Bei den Projektwebseiten handelt es sich nicht unbedingt um eine onlinespezifische Ausstellung des jeweiligen Projekts, vielmehr sind die Webseiten als umfassende Datenbank zum Projekt angelegt. Die Webseite zum Videokunstprojekt SUNDAY (2009)<sup>21</sup> des britischen Künstlers und Filmemachers Duane Hopkins beispielsweise liefert Metadaten zu dem cross-medialen Projekt aus 16 Kurzfilmen, unter anderem FIELDS (2001), welche sich auskoppeln und einzeln präsentieren lassen.<sup>22</sup> Gleichzeitig gibt es SUNDAY als dreikanalige Videoinstallation und einkanalige Kinoversion. Auf der Webseite lassen sich ausgewählte Kurzfilme mittels Flashplayer abspielen, ebenso enthält die Seite eine flashbasierte Videodokumentation

Onlinedatenbanken für Videokunst	Onlineplattformen für Videokunst
Wissenschaftliche Ausrichtung	Gemeinschaftsorientierte Ausrichtung
Database of Virtual Art mediaartbase.de MedienKunstNetz tank.tv	APEngine ( <i>nicht mehr aktiv</i> ) ArtBabble Dailymotion Videoart.net Vimeo YouTube
Ökonomische Ausrichtung	Informierende Ausrichtung
Animate Projects / APObserver ARGOS centre for arts & media Arsenal - Institut für Film und Videokunst EAI – Electronic Arts Intermix Galerie Olaf Stüber GAMA – Gateway to Archives of Media Art Hamaca imai – inter media art institute LUX Netherlands Media Art Institute / Montevideo Picture This ShangART Gallery	Bittekunst (Onlinejournal) OH! (Videomagazin) Rhizom ArtBase Souvenirs From Earth
Künstler- oder Projektwebseiten	Fannische Ausrichtung
Projektwebseite SUNDAY, Duane Hopkins Projektwebseite SLEEPWALKERS, Doug Aitken Webseite Ben Rivers	UbuWeb

**Tab. 1:** Auswahl von Onlinedatenbanken und -plattformen

der Installation, die die räumliche Situiertheit der Installation im Galeriezusammenhang vermittelt. Sowohl auf den Webseiten als auch den Datenbanken wird das Internet vornehmlich als Katalogmedium eingesetzt, Architektur und Navigation der Datenbanken ist ganz auf die Metadaten der Videokunstprojekte hin ausgerichtet und es ließe sich aufgrund dieser formalen Organisationsarchitektur von einer Tiefenkontextualisierung sprechen. Im Rahmen des niederländischen Culture Vortex Projekts wurden Onlinekataloge für Videokunst auf den Einsatz

von Userinvolement hin analysiert: „What was striking was that most of these contained barely any typical Web 2.0 features, such as user profiling, free tagging and folksonomies, the ability to add comments and reviews, or to edit, reuse or embed content“ (Fauconnier 2011: 114) resümiert Sandra Fauconnier die Ergebnisse der Studie.

Der Einsatz von Web 2.0 Anwendungen kommt stattdessen in der informellen Organisationsarchitektur der Onlineplattform, dem zweiten Raum für onlinebasierte Verbreitung von

Videokunst, zum Zuge. Der primäre Fokus von Onlineplattformen, wie onlinebasierte Kommunikationsportale seit der Einführung von YouTube bezeichnet werden (vgl. Snickars/Vonderau 2009: 10), liegt nicht, wie im Fall von Datenbanken, in der Speicherung und dem Abrufen dieser, sondern in der Kommunikation mit diesen.<sup>23</sup> Die Kommunikation ist hierbei nicht mehr eindimensional ausgerichtet, sondern ermöglicht einen Austausch zwischen Professionellen und Amateuren, Produzenten und Rezipienten.<sup>24</sup> An sie richtet sich die „architecture of participation“ (O’Reilly 2004, o.S.), welche Upload, Rezeption und Austausch mittels und über Videos strukturiert. Bei den eingestellten Daten handelt es sich um kontingente (ästhetische) Artefakte, d.h. die Metadaten und die Kunstwerke selbst können, je nach Stand der Digitalisierung, eingestellt werden und unterliegen einer Breitenkontextualisierung. Zugrunde liegender Ansatz der Plattformarchitektur ist nicht die möglichst umfassende und vollständige Speicherung aller Daten zu einem Kunstwerk, sondern die Wechselwirkung zwischen verschiedenen ästhetischen Artefakten, Erschließung thematischer und ästhetischer Klammern. Absicht der User kann hierbei auch sein, durch Upload eigenen oder fremden Inhalts in soziale Interaktion mit anderen Teilnehmern zu treten und mit ihnen Informationen und Wissen zu teilen. Bezogen auf die Onlinepräsentation und -distribution von Videokunst lassen sich derzeit folgende Plattfortmtypen ausmachen: Plattformen mit einer vorwiegend gemeinschaftsorientierten Ausrichtung (Videosharing-Plattformen), Plattformen mit einer informationsbasierten Ausrichtung und die Plattform von und für Kunstliebhaber, die jedoch rechtlich nicht

unproblematisch ist. (Tab. 1) Um ein adäquates Verstehen der Onlineplattformen zu ermöglichen, muss auf die von Henry Jenkins geprägte Convergence Culture verwiesen, ihr Anteil an der Produktion von Videokunst und die durch sie ausgelöste Erweiterung der Rezeption nachgezeichnet werden.

### **Videokunst im Zeitalter der Convergence Culture**

Die Etablierung neuer Technologien in der aktuellen Medienlandschaft bringt für Henry Jenkins eine Ausdifferenzierung von Medienprodukten, medialen Umfeldern und Akteuren hervor, die in eine „Convergence Culture“ (Jenkins 2006) mündet. Diese ist weniger als Verschmelzung alter und neuer Mediensysteme zu verstehen, sondern als deren wechselseitige Bezugnahme und Verknüpfung:

By convergence, I mean the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want. Convergence is a word that manages to describe technological, industrial, cultural, and social changes depending on who’s speaking, and what they think they are talking about. (Jenkins 2006: 2-3)

In Anlehnung an Jenkins kann konstatiert werden, dass die Zirkulation digitalisierter Videos anwächst und Ergänzung findet in der Produktion und dem Upload neuer Videos. Dies führt einerseits zur Produktion crossmedialer Videokunstprojekte, andererseits zur Userinvolvierung an der Produktion, Verbreitung und



Rezeption von Videokunst. Gemeinsam formen Medienindustrien und Graswurzelkulturen die „Participatory Culture“ (Jenkins 1992). Als paradigmatisches Medium der Participatory Culture verweist Jenkins auf das Internet, in dem alle Akteure jeweils produzierend und rezipierend agieren können. In dieser Kultur der Teilhabe und Teilnahme sind neben der institutionsgeleiteten top-down oder one-to-many Kommunikation von Medieninhalten auch jene Inhalte der Graswurzelkulturen, der bottom-up Kommunikation, vertreten, was Axel Bruns mit dem Konzept des „Produusage“ beschreibt (Bruns 2008). Unter Produusage versteht Axel Bruns verkürzt gesprochen: „the collaborative and continuous building and extending of existing content in pursuit of further improvement“ (Bruns 2008: 21). Bestehende Inhalte sind Bruns zufolge konventionelle Medien- und Kunstprodukte wie Filme, Fernsehserien und Kunstwerke. Innerhalb der rhizomatischen und partizipatorischen Medienumgebungen werden diese Produkte zu offenen, netzbasierten und wandelbaren Artefakten weiterverarbeitet. (Vgl. ebd.: 21–22) Diese Artefakte sind das Ergebnis vorgängiger Rezeptionsprozesse und können ähnlich der Rezeption eines Textes durch einen anderen als „produktive Rezeption“ (Bogner 2008: 420) verstanden werden. Bezogen auf Videokunst werden als produktive Rezeptionen Videomitschnitte und -dokumentationen von Ausstellungsbesuchenden mittels Mobiltelefon und Digitalkamera sinnfällig, nach dem Ausstellungsbesuch auf den Onlineplattformen hochgeladen. Dies ist besonders für Videokunstprojekte interessant, die mit einer veralteten Technologie operieren oder ortsbezogen ausgestellt wurden und deshalb

nicht mehr ohne Weiteres auch künftig zugänglich sind. Die ortsbezogene Videoinstallation SLEEPWALKERS von Doug Aitken (2007) ist ein solches Projekt. Von Januar bis Februar 2007 verwandelten sich die Fassaden des Museum of Modern Art (MoMA) New York in Projektionsflächen für SLEEPWALKERS, ein Projekt, welches fünf fiktive, in New York lebende Menschen porträtiert, die am Ende des Tages aufwachen, sich ankleiden und in die nächtliche Megacity New York heraustreten. (Abb. 2) Indem Aitken diese Arbeit über New York in New York ausstellte, eröffnete er einen Verweiszusammenhang zwischen repräsentierter Urbanität und urbanem Ausstellungsraum, Innen und Außen. In der Installation SLEEPWALKERS verbindet sich dessen Diegese auf eine Weise mit dem Ausstellungsraum (New York Downtown), was sich an keinem anderen Ort in dieser Verdichtung re-installieren lässt. Mehrere User stellten auf YouTube montierte Videomitschnitte ihres Ausstellungsbesuchs ein und ermöglichten anderen Usern, sich einen Erlebniseindruck der Installation zu verschaffen. Eine solche Dokumentation kann die eigene ästhetische Erfahrung mit SLEEPWALKERS nicht ersetzen, liefert jedoch gegenüber einer fotografischen Installationsansicht der Arbeit (Abb. 2), ergänzende auditive, räumliche und strukturelle Hinweise zu der Videoinstallation.

Es handelt sich bei diesen Mitschnitten um eine aus europäischem Urheberrecht fragwürdige Praxis, auf der anderen Seite halten solche produktiven Rezeptionen aus wissenschaftlicher Sicht, wie die beiden Restauratorinnen Lizzie Muller und Caitlin Jones anmerken, ein enormes Potenzial für die bisher unzureichende Rezeptionsforschung zur Videokunst bereit:



**Abb. 2:** SLEEPWALKERS, 2007, Videoinstallation, Installationsansicht Museum of Modern Art, New York (Courtesy: 303 gallery, New York, Galerie Eva Presenhuber, Zürich und Doug Aitken. Fotograf: Fred Charles)

We are increasingly fascinated with the media art works of the past, but we have no access to the experience of the people who lived them. [...] recognising how opaque the experience of yesterday becomes underscores the importance of making experiential deposits in the archive now, so that people in the future can more fully understand the significance of artworks old and new. (Jones/Muller 2010, o.S.)

Durch Herstellung und Upload selbstdokumentierter Rezeptionsvorgänge von Videokunst würde neuartiges und sensibles Metadatenmaterial für die Rezeptionsforschung im kunstwissenschaftlichen und restauratorischen Kontext bereitgestellt werden können. Allerdings bleibt ein Problem ungelöst, welches bereits Henri Pierre Jeudy am Beispiel der Malerei auf den Punkt brachte:

Die Untersuchung eines Objekts kann jedoch nicht von seiner phänomenologischen Wahrnehmung getrennt werden. Um technische Auskünfte über die

Architektur eines Gemäldes einzuholen, ist es erforderlich, auf das Gemälde selbst zurückzukommen, auf seine wirkliche Textur. Die stellvertretenden Bilder bieten nur Mittel zur Gewinnung eines intuitiven Wissens, von Vorgefühlen, die sich bereits in der ästhetischen Wahrnehmung des Gemäldes äußerten. Wie könnte ein Personalcomputer mit Datenbanken über Kunstwerke diese Wahrnehmungsweise integrieren? (Jeudy 1991: 175)

Und wie ist damit umzugehen, wenn diese Wahrnehmungsweisen bei den Rezipienten gar nicht erst vorliegen, weil sie das Gemälde oder das Videokunstprojekt bisher nie in situ in einer Ausstellung gesehen haben?

Kunstschaffende wie Ben Rivers brechen hier eine Lanze für die Fruchtbarmachung des Internets als ergänzendem Präsentationsraum von Videokunst, indem sie Videokunstprojekte zu crossmedialen ästhetischen Artefakten avancieren lassen. Die Entwicklung angesichts der Digitalisierung und der sich herausbildenden

Convergence Culture knüpft an Praktiken des „Neuformatieren[s]“ (Frieling 2006: 49) und an die variablen Präsentationen der Videokunstprojekte unter anderen von Eija-Liisa Ahtila, Pierre Huyghe, Cory Archangel, Douglas Gordon in Galerie, Kino, Fernsehen und Internet gleichermaßen an (vgl. Parfait 2006: 34) – ein Phänomen vor allem medialer Kunst sei den 1990er Jahren. Durch den Prozess des Neuformatierens wird unter Verwendung des gleichen Ausgangsmaterials eine neue Montageversion und/oder Präsentationsform des Videokunstprojekts erstellt, welche variable narrative Strukturen entfalten kann und in neue ökonomische und diskursive Zusammenhänge eintritt. Neben dem re- und neuproduzierten Bildmaterial zu Videokunstprojekten für Onlinedatenbanken und Plattformen erschließt sich als drittes Phänomen von Videokunst im Internet dessen zweite Präsentation, eine onlinespezifische, medial transformierte Präsentation des jeweiligen Videokunstprojekts. Die Onlineausstellung von Videokunst lässt sich derzeit sowohl in Datenbanken als auch Plattformen ausmachen, zum Beispiel tank.tv, Animate Projects, der Projektwebseite zu SUNDAY, und auf Plattformen wie Rhizom und dem Videomagazin OH! Da die Frage ob und wie ein Videokunstprojekt online ausgestellt werden kann von den Kunstschaffenden und ihren Galerien und Vertrieben für jedes Projekt nur im Einzelnen zu bestimmen ist, wie auch für jedes einzelne Videokunstprojekt die passende Distributionsstrategie festzulegen ist – dies also nicht ausschließlich vom technologisch Möglichen diktiert wird – lässt sich diesbezüglich (noch) keine Systematisierung der verschiedenen Ausprägungen dieser Praxis vornehmen.<sup>25</sup> Der deutsche Künstler und

Filmemacher Volko Kamensky beispielsweise verzichtet gänzlich auf die onlinebasierte Distribution und Präsentation seiner Projekte, sein Kollege Bjørn Melhus hingegen hat seit 2009 einen eigenen YouTube-Kanal<sup>26</sup>, in dem sich seine Videokunstprojekte in Gänze oder in Ausschnitten rezipieren lassen.

Neben crossmedialen Präsentationsstrategien von Videokunst, lässt sich konsequenter Weise auch eine wachsende crossmediale Vertriebsstrategie ausmachen. Dabei ist es bisher nicht zu einer Nivellierung der Ökonomien von Film (Anfertigung von Verleihkopien) und Kunst (Limitierung durch Editionen, Verkauf) gekommen, allerdings bewegen sich die unterschiedlichen Ökonomien in Form mehrgleisiger Vertriebsstrategien aufeinander zu und lösen dabei Daniels Vermittlungsparadox zu Teilen auf: Der junge amerikanische Künstler Ryan Trecartin wird von der renommierten Londoner Saatchi Gallery vertreten und ist beim amerikanischen Videokunstvertrieb Electronic Arts Intermix unter Vertrag, auf dessen Webseite jedoch nur mittels Stills auf Trecartins Videoprojekte referiert wird. In Previewqualität und ganzer Länge lassen sich die Arbeiten, in gemeinsamer Absprache mit Galerie und Vertrieb auf UbuWeb abrufen.<sup>27</sup> Diese Distributionsstrategie folgt dem Ansatz, dass die kostenfreie Veröffentlichung und Verbreitung eines ästhetischen Artefaktes diesem zu Wertsteigerung verhilft. Verschärft das Internet das Vermittlungsparadox von Videokunst oder verhilft es, dieses aufzulösen? Die Antwort enthält zum derzeitigen Moment eine gewisse Ambivalenz: In einigen Bereichen der Distribution wird das Internet im Rückgriff auf die formelle Organisationsarchitektur der Datenbank als erweitertes Katalogmedium und

weniger als Präsentationsmedium eingesetzt. Auf der anderen Seite haben sich bereits online-spezifische Präsentationsräume für Videokunst – allerdings vornehmlich für Videobänder – etabliert: In den Formaten von OH! und tank.tv<sup>28</sup> werden eigens für das Internet Programme aus einkanaligen Videoarbeiten kuratiert und im Rahmen des Animate Projects eine Präsentationsstrategie für SLOW ACTION entwickelt. Insbesondere bei solchen mehrkanaligen und teilweise ortsspezifischen Videoinstallationen wird augenscheinlich, dass die untrennbare, jedoch variable Einheit von Bewegtbildern und Präsentationskontext bei der Onlinepräsentation unbedingt zu berücksichtigen ist. Ben Rivers entwickelte für die Onlinepräsentation von SLOW ACTION in Zusammenarbeit mit Animate Projects ein Display (Abb. 1), über welches der User vier Kanäle – je ein Kurzfilm zu je einer Insel – individuell anwählen oder zu einer bestimmten Szene hinspringen kann. Die vier Kurzfilme sind separat über das Display verteilt und ähneln zunächst einer flächigen Variante der Installationsversion von SLOW ACTION in der Londoner Galerie Picture This. Werden die einzelnen Kanäle dann jedoch an- oder abgespielt, öffnet sich ein neues Browserfenster und die Displayarchitektur mutet eher der Filmversion von SLOW ACTION in Matt's Gallery an, bei der die Kurzfilme nacheinander abgespielt werden. Insofern stellt die Onlinepräsentation von SLOW ACTION sich in der vorgegebenen Displayarchitektur als Kombination aus Installation und Filmversion dar. Auf die Frage, wie Rivers selbst die Onlinepräsentation von SLOW ACTION bewertet, die in einem Zeitraum von vier Monaten von rund 2.400 Usern<sup>29</sup> aufgerufen wurde, antwortete er:

This was the first time I tried this and I'm unsure about it. I like watching things myself online, but knowing how I do that, and how everyone else does, it bothers me a bit. [...] What I really hope is that this way of seeing is a precursor, and if someone is interested by it they will come and see it at the gallery or at a screening, or it can be used as a reminder after seeing it projected. I think this film [Eleven] in particular, partly because of the scope aspect ratio, needs to be seen big. (Rivers zit. nach Ryan 2011)

### Zusammenfassung

Das Beispiel von SLOW ACTION zeigt, dass die Onlineausstellung eines Videokunstprojekts dessen Präsentation in Galerie und Kino nicht ersetzen kann, jedoch gegenüber dem herkömmlichen Ausstellungskontext eine gleichwertige Rezeption anderer Qualität entwickeln kann. Damit birgt ein solches Onlinedisplay auch die Möglichkeit, dem von Daniels beschriebenen Vermittlungsparadox entgegenzutreten und das Rezeptionsproblem zu einer Rezeptionsoption umzuformulieren. Es bleibt abzuwarten, ob sich das Internet als gleichberechtigter Präsentationsraum zu Galerie, Museum und Kino etablieren wird. So lange sind wir angehalten auf Onlinedatenbanken und Plattformen zurückzugreifen, die den Videokunstprojekten unterschiedliche Organisationsstrukturen und Möglichkeiten der Kontextualisierung und Kommunikation zur Verfügung stellen. Bezüglich der Onlinedistribution wurde erläutert, dass es sich bei dieser bisher ausschließlich um eine Verlängerung der Offlinevertriebswege von Videokunst handelt und damit auch der Verfestigung bestimmter ökonomischer Restriktionen förderlich ist. Im Rahmen der Onlineausstellung hingegen könnten

sich neue Gestaltungsmöglichkeiten ergeben, die zu einer Erweiterung der Präsentation von Videokunst führen. Der Anteil der Convergence Culture ist hierbei ein zweifacher, zum einen fördert die Convergence Culture die Herausbildung crossmedialer Videokunstprojekte, zum anderen liefern Prosumer neue Inhalte zu diesen Projekten und erhalten die Chance, den Diskurs um Videokunst mitzugestalten und die einstweiligen ökonomischen Restriktionen auszuhebeln, um der Videokunst zum Weiterleben in neuen Lebensräumen zu verhelfen.

### Anmerkungen

1. SLOW ACTION auf Animate Projects <[http://www.animateprojects.org/films/by\\_project/solo\\_commissions/slow\\_action](http://www.animateprojects.org/films/by_project/solo_commissions/slow_action)> (11. Juli 2011).
2. Vgl. Ruaidhri Ryan: „Flexible Filmmaking: Ben Rivers‘ Slow Action“. <<http://aestheticmagazine.blogspot.com/2011/03/review-by-ruaidhri-ryan-im-not-film.html>> (15. Juni 2011).
3. „Slow Action - et Science Fiction“, Interview mit Ben Rivers. <[http://www.dailymotion.com/video/xh-xovd\\_slow-action-et-science-fiction\\_shortfilms](http://www.dailymotion.com/video/xh-xovd_slow-action-et-science-fiction_shortfilms)> (11. Juli 2011).
4. Webseite von Ben Rivers <<http://www.benrivers.com>> (11. Juli 2011).
5. Davon abzugrenzen ist die sogenannte Netzkunst, welche aus Gründen des Umfangs in diesem Essay nicht weiter behandelt werden, aber ein lohnenswerter Untersuchungsgegenstand an anderer Stelle sein kann.
6. Dem vorliegenden Essay liegt ein kritischer Begriff von Videokunst zugrunde, da dieser kunst- und medienwissenschaftliche Begriff mehrere terminologischen Unschärfen aufweist. (Vgl. Lauke 2009: 27f.)
7. Dies ist vor allem bei Videoinstallationen der Fall, da diese auf den Ausstellungsraum hin abgestimmt werden müssen. Katharina Ammann (2009) legte in ihrer Dissertation ausführlich dar, dass dies ebenso für Videobänder gilt.
8. Ausnahmen sind Videokunstprojekte, in denen die Verwendung bestimmter Technologien oder Hardware in hohem Maße werkbestimmend ist.
9. Gerry Schum entwickelt das Konzept in Zusammenarbeit mit Vertretern der Konzeptkunst. Die Sendungen wurden in das laufende Sendeprogramm eingebettet und zeigten Aktionen der Land Art sowie Performancekunst.
10. Im Gegensatz beispielsweise zu amerikanischen Sendern, die Künstlerinnen und Künstlern ihre Studios im Rahmen von Artist in Residence-Projekten zur Verfügung stellten. (Vgl. Herzogenrath 1982/1983: 15).
11. Beiträge in den Kultursendungen ASPEKTE (ZDF) und KULTURZEIT (3sat) wie beispielsweise die Serie MEISTERWERKE ZEITGENÖSSISCHER KUNST (u.a. mit Monica Bonvicini), ausgestrahlt im Rahmen der 3sat-Magazinsendung KULTURZEIT; Reihe WAS IST KUNST? (2007, 3sat); ARTE VIDEO NIGHT (arte, 24.10.2010).
12. Eine Auswahl: PROCESSING THE SIGNAL (1988-89), VIDEO SKULPTUR (1989), EXPERIMENT VIDEO (1991).
13. Eine Auswahl: MAKE ME THINK – BRUCE NAUMANN (1997), MEDIENKÜNSTLER DOUGLAS GORDON (1997), GARY HILL - I BELIEVE IT IS AN IMAGE (2001), BILL VIOLA: THE EYE OF THE HEART (2003), BONJOUR MONSIEUR LA MORT. DIE FILMKÜNSTLERIN EIIJA-LIISA AHTILA (2008) und DIE FARBE DEINER SOCKEN - EIN JAHR MIT PIPILOTTI RIST (2009).
14. Das Videokunstprogramm von Souvenirs From Earth sendet im Zeitraum der Beitragserstellung Videokunst täglich über 24 Stunden unkommentiert und in einer 100-Stundenrotation.
15. Für eine umfassendere Untersuchung zur Phänomenologie des Onlinevideos siehe Lovink/Somers Miles 2011.
16. Ausschnitt aus SLOW ACTION <<http://www.picturethis.org.uk/worksprojects/works/by-date/2010/slow-action>> (13. Juli 2011).
17. Der Begriff der Videodokumentation ist der Restaurierungswissenschaft entlehnt, wobei zu unterscheiden ist zwischen einer Videodokumentation als wissenschaftlicher Notationstechnik zur

- weiteren Analyse oder Re-Installation und einer Videodokumentation zur Bewerbung und interpretierenden Bearbeitung. (Vgl. Wijers 2007: 5). Videodokumentation 1 zu SLOW ACTION <<http://www.picture-this.org.uk/worksprojects/works/by-date/2010/slow-action>> (15. Juni 2011) und Videodokumentation 2 zu SLOW ACTION <<http://www.picture-this.org.uk/worksprojects/works/by-date/2010/slow-action>> (15. Juni 2011).
18. Siehe Koldehoff 2009.
  19. Eine entsprechende Datenbank wurde mit [www.artnet.com](http://www.artnet.com) tatsächlich eingerichtet, allerdings sind darauf heute nur Werke der bildenden Kunst und des Designs vertreten.
  20. Projektbasierte Datenbanken sind nach europäischem Recht laut dem Juristen Till Kreuzer auf dem Workshop „Präsentation und Archivierung von Medienkunst im Lichte des Urheberrechts“, am 07.07.2011 im imai – inter media art institute, derzeit nicht vorgesehen, da die digitalisierten ästhetischen Artefakte dem Urheberrecht unterliegen und nicht ohne Weiteres online und damit der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden dürfen, es sei denn, Archive, Museen oder Videokunstvertriebe schließen mit den Kunstschaaffenden entsprechende Vereinbarungen zur Veröffentlichung.
  21. Projektwebseite zu SUNDAY (2009), Duane Hopkins <[www.duanehopkins-sunday.com](http://www.duanehopkins-sunday.com)> (12. Juni 2011).
  22. So lief der Kurzfilm CIGARETTE AT NIGHT auf der Directors' Fortnight bei den Filmfestspielen in Cannes 2011.
  23. Unter dieser kommunikativen Funktion können sich natürlich weitere Motivationen für Plattformen verbergen, wie ökonomische, ideologische und politische Interessen. Die Differenzierung zwischen Datenbank und Plattform ist orientiert am Kriterium des Gebrauchs.
  24. Dies soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass Plattformen auch ökonomischen Interessen unterliegen können. Nicht-kommerzielle Plattformen hingegen wären UbuWeb, Bittekunst und das Videomagazin OH!
  25. Dies ergab das Panel „Wohin mit der Filmkunst?“ am 08.06.2011, erster Teil der Rahmenveranstaltung Distribute! #3 anlässlich des 27. Internationalen Hamburger Kurzfilmfestivals.
  26. Inzwischen betreut von dem britischen Videokunstvertrieb LUX.
  27. Vgl. den öffentlichen Brief von Kenneth Goldsmith vom 18.10.2010, <<http://www.ubuweb.com/resources/frameworks.html>> (13. Juli 2011).
  28. 2003 gegründeter Onlineausstellungsraum des Tank Magazine.
  29. Abigail Addison von Animate Projects in einer Email vom 11.07.2011 an die Verfasserin.

### Onlinevideos

DOUG AITKEN – SLEEPWALKERS, Videomitschnitt von User gutobarra, 13.02.2007 <<http://www.youtube.com/watch?v=SS9A4d020m4&feature=related>> (30. August 2010).

SLEEPWALKERS, Projektwebseite <<http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2007/aitken/>> (12. Juli 2011).

SLOW ACTION, Onlinedisplay <[http://www.animateprojects.org/films/by\\_project/solo\\_commissions/slow\\_action](http://www.animateprojects.org/films/by_project/solo_commissions/slow_action)> (11. Juli 2011).

SLOW ACTION, Videodokumentation <<http://www.picture-this.org.uk/worksprojects/works/by-date/2010/slow-action>> (15. Juni 2011).

SLOW ACTION, Ausschnitt <<http://www.picture-this.org.uk/worksprojects/works/by-date/2010/slow-action>> (13. Juli 2011).

SUNDAY, Projektwebseite <<http://www.duanehopkins-sunday.com>> (12. Juli 2011).

### Literatur

Ammann, Katharina (2009): *Video ausstellen. Potenziale der Präsentation*. Bern: Lang.

Bogner, Ralf (2008): „Art. Medienwechsel“. In: Nünning, Ansgar (Hrsg.): *Metzler Lexikon Literatur- und Kulturtheorie. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. 4. erweit. Aufl. Stuttgart/Weimar: Metzler. S.420.

- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Lang.
- Daniels, Dieter (1985): „Bildende Kunst und laufende Bilder. Zur Vermittlung von Video-Kunst in der Bundesrepublik Deutschland“. *Kunstforum International* 77/78 (1985). S.39-43.
- Daniels, Dieter (2004): „Das Vermittlungsparadox der Medienkunst. Thesen und Modelle zur multimedialen Vermittlung“. In: Lischka, Gerhard Johann/Weibel, Peter (Hrsg.): *Die Medien der Kunst – die Kunst der Medien*. Wabern bei Bern: Benteli. S.90-104.
- Ernst, Wolfgang (2010): „Medien(kunst) als Anlass, das Archiv umzudenken“. In: Hartling, Florian/Suter, Beat (Hrsg.): *Archivierung von digitaler Literatur: Probleme-Tendenzen-Perspektiven*. (=Sonderheft SPIEL: Siegener Periodicum zur Internationalen Empirischen Literaturwissenschaft 29:1+2). S.9-20.
- Fauconnier, Sandra (2011): „Video Art Distribution in the Era of Online Video“. In: Lovink, Geert/Somers Miles, Rachel (Hrsg.): *Video Vortex Reader II: Moving Images beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. S.108-125.
- Fehr, Benedikt (1996): „Centrox heißt jetzt ArtNet“. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung (02.09.1996). S.34.
- Franck, Georg (1989): *Ökonomie der Aufmerksamkeit: ein Entwurf*. München: Hanser.
- Frieling, Rudolf (2006): *When Formats Become Form – Lesarten historischer Konstellationen von Kunst und Medien seit 1960*. Hildesheim: Universität Hildesheim (Dissertation).
- Goldsmith, Kenneth (2010): „An Open Letter to the Framework Community“. *UbuWeb*, 18.10.2010 <<http://www.ubuweb.com/resources/frameworks.html>> (13. Juli 2011).
- Herzogenrath, Wulf (1982/1983): „Videokunst. Ein neues Medium – aber kein neuer Stil“. In: ders.: *Videokunst in Deutschland: 1963-82. Videobänder, Videoinstallationen, Video-Objekte, Videoperformances, Fotografien*. Köln u.a.: Ars Viva. S.10-15.
- Jenkins, Henry (1992): *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jeudy, Henri Pierre (1991): „Die Transparenz des Objekts“. In: Rötzer, Florian (Hrsg.): *Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S.171-182.
- Jones, Caitlin/Muller, Lizzie (2010): „David Rokeby, Very Nervous System (1983-) Documentary Collection. Introduction to the Collection“. *Daniel Langlois Foundation* <<http://www.fondation-langlois.org/html/e/page.php?NumPage=2186>> (13. Juli 2011).
- Koldehoff, Stefan (2009): „erhalt oder verfall. erinnerung im zeitalter technischer restaurierbarkeit“. In: *das magazin der kulturstiftung des bundes* 14 (2009). S.38-40.
- Lauke, Stephanie Sarah (2009): *Videokunst auf den zweiten Blick. Die Präsentation künstlerischer Videoarbeiten im Porträtfilm*. Hamburg: Universität Hamburg (Magisterarbeit).
- Lovink, Geert (2008): „The Art of Watching Databases: Introduction to the Video Vortex Reader“. In: Lovink, Geert/Niederer, Sabine (Hrsg.): *Video Vortex Reader. Responses to YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures. S. 9-12.
- Lovink, Geert/Somers Miles, Rachel (Hrsg.) (2011): *Video Vortex Reader II: Moving Images Beyond YouTube*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- O'Reilly, Tim (2004): „The Architecture of Participation“. *O'Reilly Media* <[http://oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/articles/architecture\\_of\\_participation.html](http://oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/articles/architecture_of_participation.html)> (29. August 2010).
- Parfait, Françoise (2006): „Installations in Collections“. In: von Assche, Christine (Hrsg.): *Collection New Media Installations*. Paris: Centre Pompidou. S.30-63.
- Reck, Hans Ulrich (1997): „Authentizität in der Bildenden Kunst (bis heute)“. In: Kunstmuseum Wolfsburg (Hrsg.): *Wie haltbar ist Videokunst? Beiträge zur Konservierung und Restaurierung audiovisueller Kunstwerke*. Wolfsburg: Kunstmuseum Wolfsburg. S.81-102.

- Ryan, Ruaidhri (2011): „Flexible Filmmaking: Ben Rivers‘ Slow Action“. *Aesthetica Magazine Blog*, 29.03.2011 <<http://aestheticamagazine.blogspot.com/2011/03/review-by-ruaidhri-ryan-im-not-film.html>> (15. Juni 2011).
- Schubiger, Irene (2004): *Selbstdarstellung in der Videokunst. Zwischen Performance und „Self-editing“*. Berlin: Reimer.
- Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick (2009): „Introduction“. In: dies.: *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden. S.9-21.
- Thomsen, Christian W. (1996): „Medienkunst und Markt“. In: Blind, Sofia/Thomsen, Christian W. (Hrsg.): *Medienkunst und Markt* (=Arbeitshefte Bildschirmmedien 58). Siegen: Universität-GH-Siegen. S.5-41.
- Wijers, Gaby (2007): „Video Documentation of Installations“. *Inside Installations* <[http://www.inside-installations.org/onlinecoursevideodocumentation/\\_download/pdf/module1.pdf](http://www.inside-installations.org/onlinecoursevideodocumentation/_download/pdf/module1.pdf)> (29. August 2010).