

Dramaturgie, Narration, Digitale Szenografie - Kriterien für eine gelungene Online-Vermittlung

Dramaturgy, Narration, Digital Scenography - Criteria for a Successful On-line Education

Petra Nietzky
Universität Lüneburg
Grenzstrasse 2
21337 Lüneburg
Tel.: 04121-249840
E-Mail: p.nietzky@gmx.de

Zusammenfassung:

Im Zeitalter der Online-Informationstechnologie können es sich Museen kaum noch erlauben, die Instrumente des Internets nicht für sich zu nutzen. Sei es über ein Portal, einen Zusammenschluss mit anderen Museen oder eine eigene Webpräsenz. Auf diesen Seiten präsentiert sich das Museum als Institution und hält Informationen zu Öffnungszeiten und Anfahrtspläne bereit, wie sie teilweise auch in einem Folder abgedruckt sein könnten. Das World Wide Web, das durch seine grafische Benutzeroberfläche und die Zusammenführung verschiedener Internetdienste die Popularität des Internets gesteigert hat, bietet aber Möglichkeiten der Kommunikation, die über das reduzierte Informationsangebot hinausreichen. Dies wurde von Museen erkannt und für die Vermittlungsarbeit genutzt. Mit zusätzlichen Angeboten innerhalb des Online-Auftritts versuchen Museen interessierten Menschen Zugang zu den musealen Objekten und ihren vielfältigen Bedeutungsfeldern zu ermöglichen. Doch Datenbanken, Online-Galerien und Broschüreseiten schaffen für den Benutzer keinen wirklichen Mehrwert. Dafür braucht es Konzepte, die die unterschiedlichen Zugangsvoraussetzungen und Motivationen der Menschen berücksichtigen, die weniger auf Fakten basieren als auf dem Prinzip des Erlebens und Entdeckens. Wie jede andere Form der Vermittlungsarbeit bedarf auch die Vermittlung im World Wide Web einer Konzeption, die auf die differenzierten Bedürfnisse der Menschen eingeht und ihnen unterschiedliche Möglichkeiten der Informationserarbeitung anbietet.

Abstract:

In the age of the on-line information technology museums can scarcely still take the liberty to not to use the internet for they're presentations including the use of portals, unions with other museums or its own Web operational readiness level. On these sites the museum presents itself as an institution and presents information to opening times and location maps, which can be printed or saved, to a folder. The World Wide Web, which increased the popularity of the internet by its graphic user interface and the unification of different internet services, offers however possibilities of communication, which extend beyond the reduced information offered. This was recognized by museums and used for the presentations. With additional offers within the on-line appearance museums try to make interested visitors the access to museum objects possible and their various meanings apparent. Although the data bases, on-line galleries and brochure sites do not portray a real increase in value for the user in requires concepts, which consider the different conditions for entrance and motivations of humans, who are based less on facts than on the principle of experiencing and discovering. Just like every other form of education the presentation in the World Wide Web requires a concept, which deals with the differentiated needs of humans and offers to them different possibilities of the information development.

Vermittlung als Impulsgeber

Vermittlung stellt eine besondere Form der Kommunikation dar, die Impulse und Anregungen liefert, und dem Rezipienten zu neuen Sichtweisen zu verhelfen versucht. Sie zielt darauf ab, Zugang zu kulturellen Inhalten zu ermöglichen und die Bedeutungsfelder musealer Objekte transparent zu machen. Es ist jedoch davon Abstand zu nehmen, Vermittlung im Sinne einer direkten Übertragung zu verstehen, bei der die kulturellen Inhalte von einem Subjekt auf ein anderes überführt werden. Ein derartiges Verständnis von Vermittlung hätte die vollständige Übereinstimmung der Mitteilung zum Ziel. Stattdessen ist Vermittlung als ein Prozess zu betrachten, der Reize ausübt und permanent neue Zustände hervorruft. Der nicht transportiert, sondern inspiriert. Die Vorstellung einer inhaltlichen Übereinstimmung wird damit aufgegeben zugunsten eines fortwährenden Prozesses, der immer nur eine Annäherung bleibt. Schließlich kann nur der Rezipient selbst in der aktiven Auseinandersetzung mit den Inhalten neue Erkenntnisse gewinnen. Daher braucht es Angebote, die faszinieren und begeistern, die Assoziationsfelder eröffnen und beim Rezipienten Erfahrungsprozesse in Gang setzen, die Sehhilfen geben und zum selbstgesteuerten Lernen anregen, die Impulse liefern und die Positionierung des Rezipienten anstreben. Daraus resultiert die Frage, wie es im World Wide Web möglich ist, Interesse und Neugierde beim Benutzer zu wecken und gleichzeitig wissenschaftliche Erkenntnisse bereit zu stellen. Wie kann das Instrumentarium der hypermedialen Technologie für eine adäquate und zeitgemäße Vermittlung genutzt werden?

Das World Wide Web als Vermittlungsmedium

Online-Vermittlung nutzt das World Wide Web als Medium, dessen Inhalte über das Internet abzurufen sind. Aufgrund der hypermedialen Struktur des WWW, die jedem Online-Projekt zugrunde liegt, können die Informationen in kleinen Dateneinheiten angeboten und vielfältig miteinander in Beziehung gesetzt werden. Entsprechend der gewählten Informationsarchitektur entsteht ein Informationsgeflecht, das für den Benutzer über die Navigation erfahrbar wird. Der Weg der Informationsaneignung und die Geschwindigkeit bestimmt der Benutzer dabei selbst. Doch ist der Benutzer an die vom Autor bestimmten Verknüpfungen gebunden. Die Informationsarchitektur und die damit einhergehende Navigation werden dadurch zu wesentlichen Gestaltungsmitteln der Online-Vermittlung.

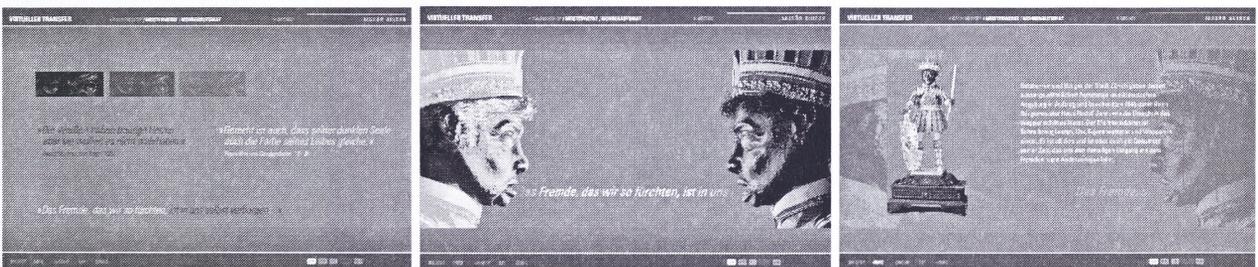
Der hypermediale Charakter von Online-Projekten schließt aber auch die Integrationsfähigkeit von verschiedenen Medien ein. Inhalte können sowohl in Form von Texten, Bildern, Filmen, Animationen, aber auch gesprochenem Text oder Soundelementen präsentiert werden. Dadurch ergeben sich vielfältige Gestaltungsstrategien, die das jeweilige Online-Projekt zur abwechslungsreichen Darbietung werden lassen kann. Dies führt nicht nur zu einer multisensorischen Wahrnehmung, sondern auch zu neuen Darstellungsmöglichkeiten: Prozesse und Abläufe, sowie geografische Bezüge und Relationen können mit Hilfe des multimedialen Instrumentariums visualisiert und vom Rezipienten selbständig erfahren werden. Die multimediale Technologie bietet somit neue Möglichkeiten der Präsentation, die über die Betrachtungsmöglichkeiten im Ausstellungsraum hinausreichen.

Die unterschiedlichen Medientypen sollten jedoch nicht zum Selbstzweck eingesetzt werden. Ein Überangebot an Medien und Informationen übersteigert die Aufnahmekapazität und wirkt sich negativ auf die Nutzung des Angebotes aus. Ebenso gehen auch mit der selbständigen und autonomen Informationserschließung Probleme einher. Aufgrund der mannigfaltigen Navigationswege innerhalb der vorgegebenen Hypertext-Struktur besteht für den Benutzer leicht die Gefahr der Desorientierung. Ohne zu wissen, welche Teile des Systems bereits bekannt sind, was es noch zu entdecken gibt, wo es wieder zum Anfang oder an eine bestimmte Stelle geht, sind die Benutzer leicht beunruhigt. Vergleichbar den Erlebnissen im realen Raum entsteht ohne das räumliche Wissen Orientierungslosigkeit, die zu Verunsicherung führt.

Neben dem Zugang zu großen Informationsmengen, individuellen Navigationsmöglichkeiten und medialer Vielfalt sind somit noch andere Faktoren entscheidend, um dem Benutzer an kulturelle Inhalte heranzuführen. Um die Daten effektiv nutzen zu können und daraus Informationen bilden zu können müssen sie sinnvoll strukturiert und mediengerecht aufbereitet sein. Aus einem Zusammenspiel von funktionalen, ästhetischen und inhaltlichen Aspekten müssen Strategien entwickelt werden, die den Benutzer zu einem Fortschreiten in der Anwendung aktivieren und ihn zum selbstgesteuerten Lernen motivieren. Untersuchungen haben ergeben, dass die kognitive Informationsverarbeitung durch ein positives emotionales Erleben beeinflusst wird. Dieses fördert die Motivation und wirkt als treibende Kraft auf den Vermittlungsprozess ein. Das reichhaltige Informationsangebot muss infolgedessen so aufbereitet sein und miteinander in Beziehung gesetzt werden, dass der Benutzer angeregt und inspiriert wird, weiter in die Informationsstruktur vorzudringen. Dazu braucht es Strategien, welche die Interaktion mit dem System fördern und darüber den Vermittlungsprozess unterstützen.

Vermittlungsstrategien: Dramaturgie, Narration, Digitale Szenografie und Accessibility

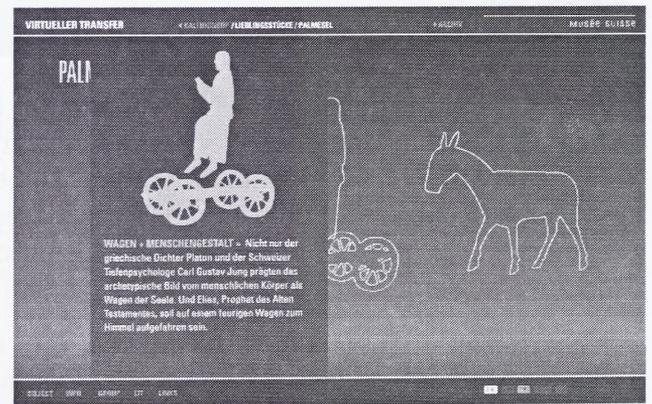
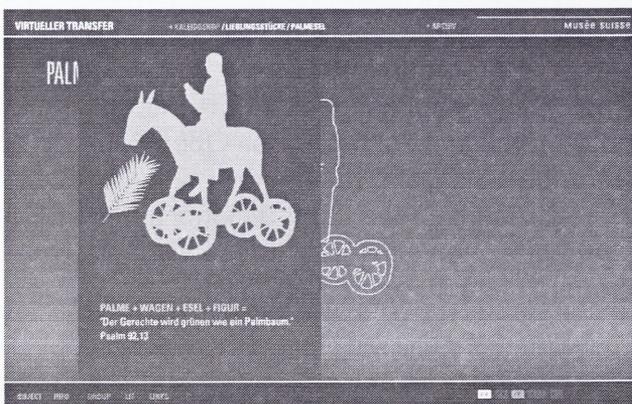
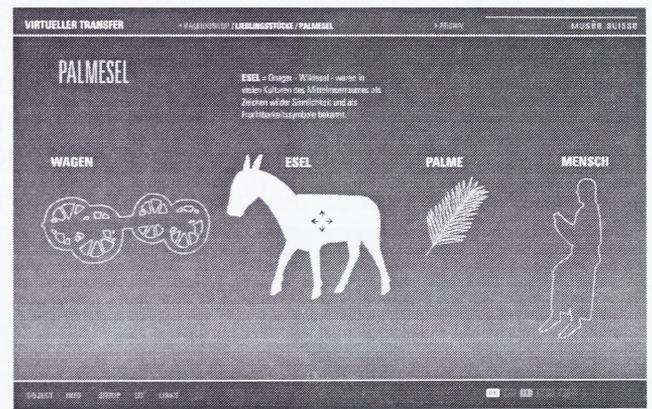
Das aus dem Theater stammende Prinzip der Dramaturgie zielt darauf ab, das Interesse und die Aufmerksamkeit des Rezipienten zu wecken und aufrechtzuerhalten. Die Interface-Forscherin Brenda Laurel hat bereits 1991 in ihrem Buch *Computers as Theatre* dem Theater eine möglich Modellfunktion für die Interaktion zwischen Mensch und Maschine zugesprochen. Um den Benutzer an den repräsentierten Inhalten teilhaben zu lassen, überträgt sie dramentheoretische Ansätze auf die Interface-Gestaltung. Der Rezipient wird durch die Dramaturgie emotional an das Dargestellte stärker gebunden und zu einem aktiven Teilnehmer. Dieses bildet die Voraussetzung für eine intensive Beschäftigung des Rezipienten mit den Inhalten. Denkbar sind beispielsweise eine kalkulierte Verzögerung oder ein angedeutetes Ereignis. Dies setzt antizipatorische Mutmaßungen in Gang und macht den Rezipienten neugierig. Mit der darauf folgenden Entspannung kommt es zu einem emotionalen Erlebnis. Durch eine anregende dramatische Gestaltung wird somit das Engagement des Benutzers gesteigert und seine Aufmerksamkeit gefördert. Bei der Gestaltung von Online-Projekten stehen neben der inneren Struktur der Handlung auch die hypermedialen Eigenschaften zur Gestaltung von Spannungsbögen zur Verfügung. Der gezielte Einsatz von Navigationswegen und die Verwendung medial vielfältiger Präsentationsformen können zu einer intensiven Zuwendung führen.



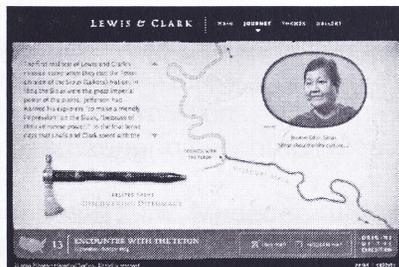
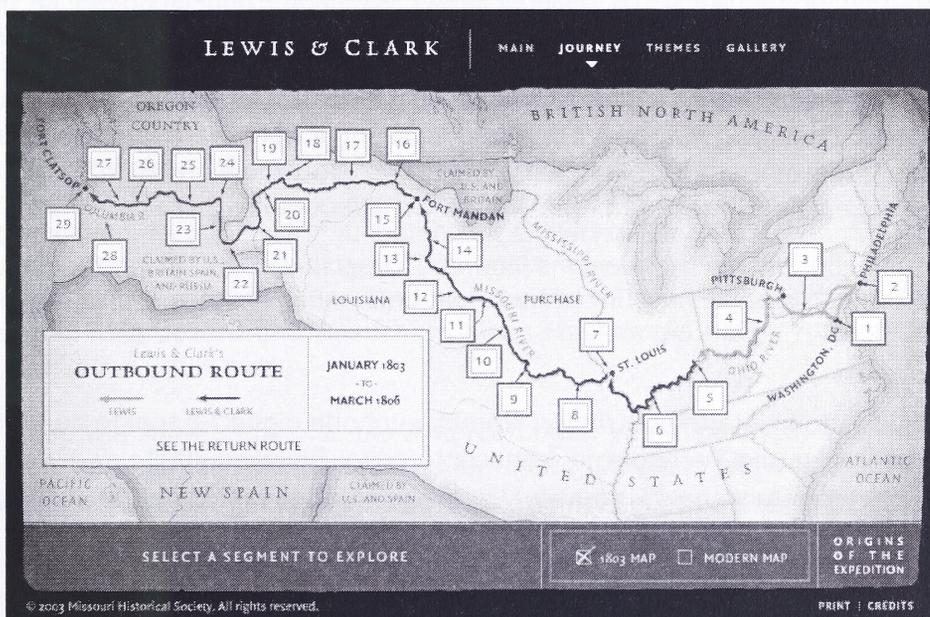
Um den Benutzer neugierig auf die Inhalte der nächsten Informationsebene zu machen und ihn zu einem Fortschreiten innerhalb der Anwendung zu motivieren, kann auch die ‚Roll-Ober‘ Funktion zu einer strategischen Komponente werden. Dabei verändert sich die vom Autor markierte Stelle, wenn der Benutzer mit dem Cursor über diesen Bereich fährt. Diese kann aufleuchten, das Bild verändern oder an einer anderen Stelle zusätzliche Informationen einbinden. Diese visuellen Reize können Neugierde wecken und den Rezipienten anregen, mehr zu entdecken.



Eine zweite Herangehensweise, die den Zugang zu den kulturellen Inhalten fördert, ist die Informationsvermittlung in Form von Geschichten. Geschichten sind zunächst einmal kontextbildend. Sie bilden ein Bezugssystem, innerhalb dessen das museale Objekt eine spezifische Bedeutung erlangt. Gleichzeitig haben Geschichten eine immersive Wirkung. Sie regen die Phantasie und Vorstellungskraft an, die den Rezipienten fasziniert und bannt. Die affektive Reaktion kann als reibende Kraft wirken, die den Rezipienten involviert. Doch ruft nicht die Geschichte diese Wirkung hervor, sondern die Art des Erzählens. In der narrativen Struktur manifestiert sich die Geschichte. Diese wirkt sich auf die Rezeption der Ereignisse aus und lässt den Rezipienten an den Ereignissen teilhaben. Daher ist die Narration das entscheidende Kriterium für eine gelungene Online-Vermittlung. Ihrer Realisierung erfolgt mit Hilfe des Instrumentariums der hypermedialen Technologie. Informationsarchitektur und Navigation sind ebenso wie Sound, Bild und Text, narrative Elemente, die die Geschichte erzählen. Diese gilt es zielgerichtet einzusetzen, sodass aus deren Zusammenspiel eine spannungsreiche und wirkungsvolle Geschichte entstehen kann.



Als dritte Vermittlungsstrategie dient schließlich die Digitale Szenografie, die sich auf die äußere Bauform der Online-Vermittlung bezieht. Dieses aus dem Bereich der Ausstellungsgestaltung stammende Konzept berücksichtigt die individuellen Navigationsmöglichkeiten, die dem Benutzer im World Wide Web gegeben sind. Geleitet von seinen persönlichen Interessen durchbricht er immer wieder die festgelegte Reihenfolge und wählt seinen eigenen Weg. Neben der Gestaltung einzelner Szenenbildern, die die inhaltliche Aussage unterstützen, kommt der Digitalen Szenografie damit die Aufgabe zu, Verbindungen zwischen den einzelnen Szenen herzustellen und Zusammenhänge sichtbar zu machen. Über die Navigation gelangt der Benutzer zu einem neuen Screen und damit zu einer neuen Szenerie. Der veränderte Zustand, der sich aus der Bewegung im Raum ergibt, darf dabei keine zu starken Brüche aufzeigen, da ansonsten die Online-Anwendung in ihre Einzelteile zerfällt. Mit Hilfe der medialen Werkzeuge wie Bilder, Texte, Töne, Farbe, Animation und Film, wird somit einerseits ein gesteigertes Raumerlebnis hervorgerufen, welches die Inhalte sinnlich erfahrbar macht, und andererseits Verbindungen hergestellt, die die Orientierung im Raum ermöglichen. Aus spannungsreichen Einzeldramaturgien werden raumübergreifende Ausformungen, die entscheidend vom jeweiligen Kontext, dem didaktischen Konzept und dem thematischen Schwerpunkt des Projektes abhängig sind.



Dramaturgie, Narration und Digitale Szenografie bewirken eine aktive Teilnahme des Rezipienten. Sie involvieren ihn stärker und fördern darüber die Interaktion mit dem hypermedialen System. In dieser Hinsicht regen sie zu einer vertiefenden Auseinandersetzung an und geben Impulse zum selbstgesteuerten Lernen. Ich betrachte sie daher als Kriterien für eine gelungene Online-Vermittlung. Die Realisierung dieser Konzepte erfolgt über die medialen Eigenschaften, die als Instrumentarium dienen. Informationsarchitektur, Navigation und multimedialen Präsentationsformen werden somit zu wesentlichen Gestaltungselementen der Online-Vermittlung. Dabei ist zu

berücksichtigen, dass der Zugang zum System, bzw. der Anwendung überhaupt die Bedingung für dessen Gebrauch ist und somit die Voraussetzung für Vermittlung bildet. Ein weiteres Kriterium für eine gelungene Online-Vermittlung ist daher die ‚Accessibility‘ oder ‚Zugänglichkeit‘. Zunächst war unter diesem Aspekt die Benutzbarkeit von Webangeboten für Menschen mit körperlichen Barrieren gemeint. Mittlerweile wurde dies ausgeweitet auf die Benutzbarkeit der Inhalte über verschiedene Ausgabegeräte. Dies schließt die Plattformunabhängigkeit ebenso ein wie die Sprachwahl oder die Ausgabe über Braille. Eine vollständige Barrierefreiheit wird wohl kaum erreicht werden können. Dennoch sollte dieser Aspekt bereits bei der Konzeption berücksichtigt und unter dem Leitsatz ‚Design for all‘ Barrieren bereits vorab abgewendet werden. So können beispielsweise Rot-Grün-Kontraste umgangen werden, technische Zugangsvoraussetzungen durch die Bereitstellung von erforderliche Plug-Ins bereitgestellt oder multilinguale Inhalte mögliche Sprachbarrieren verhindern.

Mit dem Vermittlungsangebot im World Wide Web erweitert das Museums seine Präsentationsmöglichkeiten und macht seine Inhalte einer breiten, internationalen Öffentlichkeit zugänglich. Durch die Verbindung von Lernen und Unterhaltung in einem zeitgemäßen Medium, das kontinuierlich mit neuen Inhalten angereichert werden kann, erscheint Online-Vermittlung als innovatives Angebot, das den fortwährenden Austausch zwischen Museum und Besuchern fördert. Dies allein macht das World Wide Web jedoch noch nicht zu einem effektiven Vermittlungsmedium. Es müssen Strategien eingesetzt werden, die die Rezeptionsbedingungen berücksichtigen und den Vermittlungsprozess unterstützen. Online-Vermittlung stellt somit neue Herausforderungen an die museale Vermittlung, die einen integralen Denkansatz und die Zusammenführung der unterschiedlichen Interessengebiete von Kuratoren, Museumspädagogen, Gestaltern und Informatikern erforderlich machen.

Literatur

- Gemmeke, Claudia; John, Hartmut, Krämer, Harald: euphorie digital? Aspekte der Wissensvermittlung in Kunst, Kultur und Technologie. transcript Verlag, Bielefeld 2001.
- Issing, Ludwig J.; Klimsa, Paul (Hg.): Information und Lernen mit Multimedia. Belz Psychologie Verlags Union, Weinmann 1995.
- Laurel, Brenda: Computers as Theatre. Addison-Wesley, Reading (Mass.) 1991.
- Murray, Janet: Hamlet on the Holodeck: The future of narrative in Cyberspace. MIT-Press, Cambridge (Mass.) 2001.
- Schulmeister, Rolf: Grundlagen hypermedialer Lernsysteme. Theorie- Didaktik – Design. Oldenbourg Verlag, München/Wien 2002.

Internetadressen

- Lewis and Clark: The National Bicentennial Exhibition (Missouri Historical Society)
<http://www.lewisandclarkexhibit.org> (Stand: 17.08.2005)
- Making Sense of Modern Art (San Francisco Museum of Modern Art)
<http://www.sfmoma.org/msoma/index.html> (Stand: 17.08.2005)
- Virtueller Transfer Musée Suisse (Schweizerisches Landesmuseum Zürich)
<http://www.musee-suisse.ch:16080/vtms> (Stand: 17.08.2005)
<http://www.virtualtransfer.com> (Stand: 17.08.2005)