

Multimedia als Mittel der ethnologischen Darstellung

Theoretische Überlegungen
und ein praktisches Beispiel aus dem Journalismus

Von Matthias Eberl

Seminararbeit im Hauptseminar
*»Kultur und Cyberspace:
Neue Medien in ethnologischer Forschung und Lehre«*
Sommersemester 2003
PD Dr. Ulrich Demmer

Institut für Ethnologie und Afrikanistik
Ludwig-Maximilians-Universität München

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	3
2 Forderung nach Hypertext und Multimedia.....	4
2.1 Die Forderung nach Hypertext.....	4
2.2 Die Forderung nach Multimedia.....	9
3 Multimedia in den populären Medien.....	10
4 Entwicklung einer neuartigen Darstellungsform.....	11
4.1 Aufhebung des sequentiellen Korsetts	12
4.2 Text und HTML bleiben weiterhin Trägermedium.....	13
4.3 Nachteile meiner Entwicklung.....	14
4.3.1 Ladezeit.....	14
4.3.2 Technische Voraussetzungen.....	14
4.3.3 Aufwand.....	15
4.3.4 Unbekannte Akzeptanz.....	15
4.4 Beispiel.....	15
4.5 Weiterentwicklung.....	16
5 Glossar.....	16
6 Literaturverzeichnis.....	17

1 Einleitung

Neue Technologien entstehen in den meisten Fällen in einem wissenschaftlichen Umfeld. Dann verlassen sie es und treten die Reise durch die Welt von Industrie und Konsum an. Aber manchmal kommen sie auch als alltagstaugliche Werkzeuge wieder zu uns zurück, um uns bei der wissenschaftlichen Arbeit zu helfen.

Für zwei Technologien, die im letzten Jahrzehnt etabliert wurden, gibt es seit längerem diese Debatte um den wissenschaftlichen Nutzen, auch in der Ethnologie. Es geht um Hypertext, und um Multimedia, in ihrem Zusammenwirken oft auch Hypermedia genannt.¹

Hypertext und das World Wide Web, so wie wir es heute kennen, ist eine Idee, die sich vor allem in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts im akademischen Umfeld entwickelte. Die Idee von Multimedia hat sich bereits in den 80er Jahren verbreitet, aber erst in den 90er Jahren brachte die Verbreitung der CD-ROM das geeignete Trägermedium für den praktischen Gebrauch. Die Wissenschaft hat sich vor allem in den späten 90er Jahren des 20. Jahrhunderts sehr darum bemüht, diese Technologien für sich nutzbar zu machen.

Im Jahre 2004 ist die Weiterentwicklung dieser Technologien dagegen längst in der Hand von Firmen, aber ebenso auch in der Hand von Organisationen, wie etwa dem W3-Konsortium, in dem Fachleute vorwiegend ehrenamtlich mitwirken. Die Wissenschaft ist an diesem Prozess in weltweiter Zusammenarbeit vor allem über solche Organisationen beteiligt.

In den Geisteswissenschaften, die in den 90er Jahren mit einer Fülle von Aufsätzen aktiv an der Debatte zur Nutzung der neuen Technologie beteiligt war², ist es dagegen ruhig geworden. Man ist in eine passive Position geraten und muss die Technologien annehmen, die die Dynamik des heutigen Massenmediums im Zusammenwirken mit der Industrie entstehen lässt. Nicht immer werden dabei die Anforderungen der Geisteswissenschaften erfüllt. Man kann vielleicht von einer nicht zu unterschätzenden Wissensbarriere sprechen: Den Wissenschaftlern fehlen die Vorstellungen und Ideen, was technologisch zu welchen Kosten machbar ist, den Fachleuten, Programmierern und Informatikern fehlt dagegen im besten Fall die Vorstellung von den Wünschen und Bedürf-

1 Für eine Erklärung der Begriffe siehe das Glossar am Ende des Aufsatzes.

2 Stebelmann 1996-2000.

nissen einer geisteswissenschaftlichen Nutzung von WWW, Internet und Multimedia. „Im besten Fall“ - denn noch problematischer ist, dass die Industrie ihre Produkte an die Bedürfnisse eines Massenmarkts anpasst, das impliziert, dass die Produkte markorientiert sind und Geld einbringen sollen. Kostengünstige, standardisierte und effektive Lösungen wie HTML kann man aus dieser Richtung nicht mehr erwarten.³

In dem folgenden Aufsatz möchte ich einige ältere Überlegungen aus der Blütezeit wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit Hypertext und Multimedia aufzeigen und mich mit ihnen kritisch auseinandersetzen. Dann werde ich einen kurzen Blick auf die aktuelle Nutzung von Hypertext und Multimedia bei den Massenmedien werfen. Diese leider ebenfalls sehr ruhig verlaufenden Entwicklungen sollen ebenfalls kritisch betrachtet werden.

Anschließend möchte ich eine von mir selbst entwickelte, technische Form auf diesem Gebiet vorstellen, die einige Nachteile an den bisherigen Nutzungsformen beseitigt und neue Vorteile schafft. Diese neue Form der Nutzung ist nach meinem Ermessen sowohl für die ethnologische Präsentation von Wissen, wie auch für journalistische Zwecke geeignet. Ein online abrufbares Beispiel wird am Ende des Aufsatzes genannt sein.

2 Forderung nach Hypertext und Multimedia

Ich werde nun einen Rückblick auf Aufsätze und Publikationen geben, die den Einsatz von Hypertext oder Multimedia in der Ethnologie gefordert oder abgelehnt haben. Obwohl beide Punkte in vielen Argumentationen zugleich abgehandelt werden, sollte man sie trennen, da sie verschiedene Aufgaben für die Wissenschaft erfüllen.

2.1 Die Forderung nach Hypertext

Schon früh erkannten Ethnologen die spezielle Bedeutung elektronischer Publikationsformen für ethnologische Arbeiten. Wie Sonja Bischoff zeigen konnte⁴, spielte vor allem die während der 1970er und 1980er Jahre geführte Diskussion über die Art und Weise des ethnologischen Schreibens und der ethnographischen Repräsentation eine Rolle. Vor allem die Writing-Culture-Debatte stellte in Frage, ob man eine fremde Kul-

3 So sind etwa die weltweit führenden Technologie für Multimedia, das Flash-Format und das sehr ähnliche Shockwave, in der Hand der Firma Macromedia. Für die Produktion dieser Formate benötigt man teure Software. Freie Formate wie die Vektorgraphik-Sprache SVG, HTML, Javascript oder Java sind dagegen kostenlos und obendrein besser für Standardlösungen, weil sie maschinell veränderbar sind.

4 Bischoff 2002, S. 17.

tur überhaupt aus einer wissenschaftlichen Perspektive schriftlich darstellen kann. Statt einem autoritativen, objektivistischen Schreibstil - wie in der positivistischen Ära der ethnographischen Feldforschung vorherrschend - forderte man nun eine diskursive, kommunikative bzw. polyphone Art von ethnographischer Repräsentation.

Eine der frühesten Überlegungen zu Nutzung von Hypertext in der Ethnologie stammt von Gary Seaman und Homer Williams von der University of Southern California.⁵ Bereits 1992 prophezeiten sie in einem Aufsatz eine immer stärker werdende Verwendung von Multimedia und Hypermedia für die ethnographische Publikation. Dieser frühe Zeitpunkt ist insofern erstaunlich, als 1992 mit HTML und dem World Wide Web nur wenige Wissenschaftler und Insider vertraut waren.⁶ Aber die Idee von Hypertext war natürlich schon wesentlich älter und hatte bereits seine Anhänger gefunden. Seaman und Williams greifen die Begriffe Multimedia, Hypertext und Hypermedia aber nur sehr wagen auf und versuchen sich mit Definitionen, die sie leider nur größtenteils von den einzelnen Wortstämmen ableiten.⁷ Von den aktuellen Entwicklungen von HTML am Genfer CERN im Herzen Europas, die wenig später das Internet revolutionierten, wussten sie anscheinend nichts. Und trotzdem forderten sie die Verwendung von Hypertext zur Umgehung von linearen Texten:

»Instead of building or following a linear stream of information, one builds or follows an interconnected multidimensional structure.«⁸

Denn:

»Most ethnographers organise their data to fit their current interests. An ethnographer working on religious ritual will index and arrange notes very differently from one working on ecology.«⁹

Das ethnographische Material soll also derart publiziert sein, dass der Leser es nach seinen Wünschen umorganisieren kann. Anscheinend hat man hier noch nicht an den Hyperlink gedacht, mit dem Daten lediglich von verschiedenen Stellen aufrufbar gemacht werden, sondern eher an eine Applikation, die Daten nach Wunsch ordnet.

5 Seaman und Williams 1992.

6 1992 gab es weltweit weniger als 50 Webserver (Berners-Lee 1999, S. 106). Man bezeichnet den April 1993 als Geburtsstunde des World Wide Web, da in diesem Monat das CERN, der Arbeitgeber von dem HTML-Entwickler Tim Berners-Lee, die Technologie zur freien Verwendung ankündigte. Vgl. Cailliau 1995.

7 Seaman und Williams 1992, S. 306-307.

8 Seaman und Williams 1992, S. 304.

9 Seaman und Williams 1992, S. 307.

Eine ähnliche Debatte über die Präsentation von Feldforschungsdaten fand Mitte der 90er Jahre statt, als das WWW zwar immer noch in seiner Anfangsphase bestand, der Computer mit CD-ROM sich allerdings bereits etabliert hatte. CDs wurde zu dieser Zeit oft als Träger für Multimedia-Präsentationen verwendet.

Marcus Banks, Professor für Anthropology an der University of Oxford und Experte für Visual Anthropology hat 1994 Kritik an der Multimedia-CD-Rom als Darstellungsform für den Ethnologen geübt. In einem bisher nur online publizierten Aufsatz, »*Interactive Multimedia and anthropology – a sceptical view*«¹⁰, übt er starke Kritik sowohl am ethnologischen Film sowie an der Multimedia-CD-ROM. Beide sieht er vor allem im Bereich der Lehre sinnvoll: als einen relativ schmerzlosen Weg, Studenten die Grundlagen der Ethnographie beizubringen. Dabei übt er speziell Kritik an der Hypermedia-Struktur: Er bezweifelt, dass die modular aufgebaute CD-ROM dem Anwender mehr Freiheiten in der Auswahl des Informationsweges bietet, als ein herkömmlicher Film. Diese Freiheit habe irgendwo auch ihre Grenzen und sei nicht endlos, argumentiert er. Er kritisiert aber weniger das Konzept der nichtlinearen Darstellung, sondern die damit einhergehenden Kosten für die Herstellung so einer CD: Angeblich brauche man 100 Mannstunden Arbeit, um 50 Minuten Multimedia-Unterricht in der Hand zu haben. Und das, obwohl es ansonsten mit dem pädagogischen Können der Universitäts-Ethnologen nicht weit her sei.

Nach eigenen Angaben sei diese Kritik und der ganze Aufsatz allerdings für einen Vortrag und eine Diskussionsrunde entstanden und deshalb übermäßig provokativ und vereinfachend.¹¹

Seine Schlussforderung richtet sich aber gar nicht mal generell gegen die Verwendung von Technik. Nur, so seine Meinung, sollte man das Geld nicht in solche pädagogischen Spielzeuge stecken, die morgen ohnehin schon wieder veraltet sein werden. Vielmehr solle man das Internet, das eine offene, standardisierte und kostenlose Hypertext-Struktur mitsamt Software anbietet, für das Anlegen von unbegrenzt ausbaubaren Datenbanken nutzen, die der Forschung dienen.

Es folgte eine Antwort von Peter Biella, heute Assistant Professor am Dept. of Anthropology an der San Francisco State University, damals aber noch an der University von

10 Banks 1994

11 Das hat er anscheinend später der Internetausgabe seines Aufsatzes vorangestellt.

Southern California. Biella hatte sich bereits Anfang der 90er Jahre für eine Verwendung von Hypermedia in der ethnologischen Forschung eingesetzt. In dem online publizierten Aufsatz »*Codifications of Ethnography*« argumentiert er mit großer Schwärmerie für den Nutzen von Hypermedia im Internet.¹² Zunächst geht er auf den Vorwurf ein, die Hyperlinks würden ein Chaos verursachen und obendrein doch nur wieder Grenzen setzen. Er meint hier, Banks hätte übertrieben. Nachdem Biella vorgerechnet hat, dass man schon bei acht verknüpften Punkten theoretisch 370 Möglichkeiten hat, diese durchzuklicken, zählt er zahlreiche Vorteile auf, die CD-ROM und auch Film bieten. Die Nachkontrolle der Feldforschung sei nun möglich, Studenten könnten den Prozess der Aufbereitung von Daten zu einem wissenschaftlichen Text besser nachvollziehen und die CD-ROM könnte sogar Rassismus entgegenwirken, da sich so mit den untersuchten, völlig fremden Leuten dennoch eine persönliche Intimität aufzubauen ließe. Hier schießt Biella allerdings in seiner Argumentation über das Ziel hinaus. Meiner Überzeugung nach kann man nicht ernsthaft behaupten, dass das reine Ansehen von fremden Menschen, die auf einer CD-ROM in Ton oder Video agieren, Rassismus entgegenwirkt.

1998, also bereits einige Jahre nach der rasanten Einführung des World Wide Web, war die Idee von Hypermedia noch immer aktuell. Dicks und Mason schrieben in ihrem Aufsatz „Hypermedia and Ethnography“:

»Secondly, there is the provision for readers to trace their own paths through these chains of links. As soon as one introduces multiple links into a hypertextual document (rather than merely having a linear sequential link from one 'page' to the next), the author can no longer control how a reader will progress through the environment created, and which directions she will choose to pursue. (...) the presentation of interlinking avenues of enquiry and the facility for switching among them aims to encourage readers to approach the ethnographic environment as a shifting matrix of connections rather than a fixed grid of self-contained narratives. However, the actual usage that readers make of such potential remains a matter for empirical investigation, and we hope to make use of technical facilities for mapping and recording the directions that actual readers take.«¹³

Man äußert also bereits gewisse Zweifel, wie stark der Leser Gebrauch von der ursprünglichen Idee von Hypertext machen wird, seinen eigenen Weg durch den Text zu finden. 1999 erneuern beide Forscher aber ihre Forderung, mit einer deutlicher ausgesprochenen Verknüpfung mit der Writing-Culture-Debatte. Allerdings weisen sie diesmal darauf hin, dass es verschiedene Ebenen der Verknüpfung von Textstücken gibt:

12 Biella 1994.

13 Dicks und Mason 1998.

»The problem with definitions (...) which posit non-linearity or non-sequentiality as the defining attribute of hypertext is that, as we argue in this paper, hypertexts will always include some degree of linearity. Whether this takes the form of reading paths taken through the hypertext by readers, or of written paths mapped out in advance by the author, there will always be a linear movement traced through the hypertext itself. It is more appropriate to think of hypertext as multi-linear and multi-directional rather than non-linear or non-sequential.«¹⁴

Diese Erkenntnis kommt spät, aber sie ist trotz ihrer Banalität von enormer Wichtigkeit, auch wenn die Konsequenz dieser Feststellung den beiden Forschern anscheinend nicht bewusst war. Denn das World Wide Web hatte sich mittlerweile längst als Massenmedium etabliert und HTML, angelehnt an die Idee von Hypertext, fand weltweit millionenfache Verwendung. Aber mit der ursprünglichen Idee von Hypertext hatte das nichts mehr zu tun. Mit Hyperlinks verknüpft wurden in der Praxis größtenteils nicht Ideen und Teile eines Textes, sondern die Texte selber. An die Stelle der Vision von Hypertext hatte sich die Idee vom Netzwerk gestellt, in der herkömmliche lineare Texte untereinander verknüpft wurden. Dieser Schritt ist Tim Berners-Lee zu verdanken, der Hypertext mit seinen internen Verknüpfungen zwar zunächst einfach nur ins Internet heben wollte. Aber er legte auf das feine Detail, dass Dokumente auch auf fremde Dokumente verweisen können, besonderen Wert.¹⁵ Dies wurde zum entscheidenden Grundprinzip des WWW, die ursprüngliche Idee von Hypertext wurde dagegen nicht weiter verfolgt. Denn in der Praxis machte niemand Gebrauch davon, einen Text in so kleine Stücke zu zerlegen, dass der Leser ihn nun mit eigener Autorität auf *»unique intellectual journeys«*¹⁶ durchschreiten wollte. Nirgendwo findet man Hypertexte, die den Link in einer so radikalen Weise verwenden, dass Wissen von einem Autor *»multidimensional«* durchschritten werden kann. So, wie es Seaman und Williams 1992 forderten. Auch nicht in der Ethnographie. Interessant, dass auch alle hier referenzierten Befürworter der ursprünglichen Hypertext-Philosophie ihre Aufsätze – obwohl größtenteils im Internet mit HTML publiziert – nicht in einer Form anboten, die eine individuelle Durchschreibung möglich gemacht hätten.

Man kann über die Gründe, dass sich Hypertext im ursprünglichen Sinn nicht durchgesetzt hat, nur spekulieren. Man muss nicht ein Gegner der Writing-Culture-Debatte sein, um zu verstehen, dass die Lösung für das Problem der Textautorität nicht sein kann, diese dem Leser zu übertragen und ihm die Arbeit zu überlassen, einzelne Stücke zu-

14 Dicks und Mason 1999.

15 Berners-Lee 1999, S. 48-53. Die damaligen Hypertext-Entwickler und Spezialisten hielten diese Funktion dagegen für unwichtig. Berners-Lee suchte ursprünglich die Nähe zu diesem Konzept, konnte sich bei ihren Vertretern aber kein Gehör verschaffen.

16 Biella 1994.

sammenzufügen. Ein weiteres Problem ist außerdem, dass bei der Unmenge von Kombinationen, wie Biella vorgerechnet hat, die allerwenigsten einen Sinn ergeben. Ich möchte an dieser Stelle aber die Problematik der Writing-Culture-Debatte nicht diskutieren, sondern an dieser Stelle einfach zwei Sachen festhalten:

1. Die ursprüngliche Idee vom Hypertext hat in der praktischen Verwendung von HTML und WWW paradoxerweise ihre Widerlegung gefunden. Genau genommen wurde die Technologie nie als Hypertext gebraucht, sie wurde nie benutzt um Textelemente nichtlinear zu verknüpfen. Viel mehr wurde die unscheinbare Neuerung von HTML, lineare, eigenständige Texteinheiten zu einem Netzwerk verknüpfen zu können, die Hauptidee des WWW. Sie hat sich in der Praxis als enorm erfolgreich erwiesen.
2. Die theoretische Auseinandersetzung mit der Writing-Culture-Debatte und der Idee von Hypertext hat, obwohl seit 1992 HTML als Technologie für Hypertext zur Verfügung stand, zu keiner praktischen Durchsetzung gefunden.

2.2 Die Forderung nach Multimedia

Der zweite Bestandteil des Wortes Hypermedia stammt von dem Wort Multimedia, und in fast allen bereits zitierten Aufsätzen wurde unabhängig von der Art der Verknüpfung auch immer wieder gefordert, dass neben Text auch Multimedia in die elektronischen Ethnographien eingefügt werden müsse.

Seaman und Williams prophezeiten:

»The best hypermedia ethnographies will be a fluid mix of sound, image and text constructed in such a way as to take advantage of the strongest features of each.«¹⁷

Und auch Biella antwortete auf Banks, der ja den Zeit- und Kostenaufwand bei Multimedia CD-ROMs kritisiert hatte:

»The fidelity of the recordings that can be stored on CD-ROM or the World-Wide Web permit anthropologists unprecedented strategies to address some of the most persistent epistemological and theoretical difficulties in the discipline.«¹⁸

Und auch Dicks und Mason fordern nicht nur »Hyper« sondern auch »-media«:

»One of the most exciting promises of hypermedia resides not just in its capability for accommodating non-sequentiality, polyphony and multi-per-

17 Seaman und Williams 1992, S. 309.

18 Biella 1994.

spectivalism, but in its mixed-media features. The potential for integrating the visual and the textual within the same medium is considerable. It allows us to make the step from thinking of the visual merely as illustrative of argumentation spelled out through the printed word, and to see it as itself constitutive of meaning. Thus we need to consider seriously what hypermedia can do that a well-illustrated and produced book can not. There are potential gains to be derived from exploring how interpretation is simultaneously a verbal and a pictorial, a visual and an aural activity.»

Von Banks abgesehen, der bei aller Kritik aber immerhin nicht den Nutzen, sondern die Kosten von Multimedia skeptisch sah, besteht also einhellige Meinung, dass Multimedia für die Präsentation ethnographischer Ergebnisse Vorteile bieten kann. Tatsächlich haben in den letzten zehn Jahren einige Forscher ethnographische Daten multimedial sowohl auf CD-Rom als auch im Internet publiziert. Selbst Banks, der Gegner der CD-ROM, nutzt das Internet als Medium: Schon seit etwa 1998 gibt es *HADDON*, ein Online-Katalog für ethnographische Filme.¹⁹ Im Fall von Biella war neben seiner Veröffentlichung einer CD-ROM-Version von Napoleon Chagnons berühmten Film *The Ax Fight*²⁰ für das letzte Jahr sogar eine DVD über die Maasai angekündigt, die mittlerweile aber auf 2005 verschoben ist.²¹

Aber auf die gesamte Menge aller Publikationen genommen ist es leider und erstaunlicherweise immer noch eine große Ausnahme. Man kann über die Gründe nur spekulieren. Kosten und Mühen spielen vermutlich die größte Rolle, aber vielleicht auch Konzeptionen und geeignete Technologien.

Aber wie erging es den Massenmedien? Kann man sich bei ihnen als Ethnologe inspirieren lassen, wenn man die geeignete Form für Multimedia-Publikationen sucht?

3 Multimedia in den populären Medien

Die Verwendung von audiovisuellem Material bei den Medienanbietern des Internets hat das Versuchsstadium bis heute nicht verlassen. Während sich die traditionellen Elemente der Printmedien, Bild und Text, sofort etabliert hatten, sind das bewegte Bild und Ton bis heute eine Seltenheit geblieben. Im deutschsprachigen Raum gibt es bis heute keine spezialisierte Nachrichtensite mit einem regelmäßig aktualisierten, multimedialem Informationsangebot. Die Ursache dafür muss bei den hohen Ladezeiten für Multimedia

19 HADDON: http://www.isca.ox.ac.uk/haddon/HADD_home.html (13 Feb 1994).

20 Biella, Peter; Seaman, Gary: Yanomamo Interactive: The Ax Fight. Fort Worth, TX : Harcourt Brace, 1997. - Diese CD-ROM ist anscheinend in verschiedenen Varianten mit oder ohne Buch bei verschiedenen Verlagen erschienen. Mehr Informationen auf der entsprechenden Seite von Peter Biella: <http://www.anth.ucsb.edu/projects/axfight/> (13 Feb 2004).

21 Biella hat diese im Curriculum Vitae auf seiner Homepage angekündigt. <http://userwww.sfsu.edu/~biella/vita.htm> (26. Jul. 2004).

und den vergleichsweise höheren Kosten dafür gesucht werden. Dabei ist der entscheidende Kostenfaktor vor allem das insgesamt übertragene Volumen, nicht der Speicherplatz, denn für jedes geladene MByte muss der Multimedia-Anbieter an seinen Provider zahlen, anders als der Kunde. Vor allem im Massenmarkt werden die Kosten hier schnell recht hoch.

Experimentiert wurde aber dennoch. Zu nennen wäre etwa *Spiegel Online*, der regelmäßig Themen mit Videos anbietet.²² Oder eine Multimediareportage von Roman Mischel über den Großflughafen Berlin.²³ Im englischsprachigen Raum hat sich der italienische Konzern Benetton mit einem regelmäßig erscheinendem, journalistischen Multimedia-magazin namens *Colors* einen Namen gemacht.²⁴ Auch die *New York Times* bietet ihren Lesern regelmäßig Multimedia-Artikel in Form von Diashows mit Ton oder interaktive Graphiken.²⁵ Schließlich ist auch das mehrmals jährlich stattfindende *Flash Film Festival* ein experimentelles Forum. Hier werden regelmäßig Gewinner in verschiedenen Kategorien (darunter auch *Story* und *Educational*) prämiert, die die für Multimedia optimierte Webtechnologie *Flash* der Firma *Macromedia* verwenden²⁶. Und die *BBC* hat sogar in ihrem Zweijahresplan im Sommer 2004 das Motto »*Renewing the BBC for a digital world*« ausgegeben und eine einschneidende Initiative für Multimedia im Internet angekündigt.²⁷ Dabei wird sich allerdings noch zeigen müssen, in wie weit der Anbieter wirklich fähig ist, neue Darstellungsformen voranzutreiben, oder doch nur Radio- und Fernsehbeiträge im Internet abrufbar machen will. Das sind freilich nur wenige Beispiele von vielen. Sie können aber zeigen, wie vielfältig die Einsatzmöglichkeiten sind und wie unterschiedlich die Journalisten mit dieser Technologie umgehen, um Information an den Leser weiterzugeben. Als Ethnologe kann man diesen Bereich aufmerksam beobachten um die hier entwickelten, technischen und narrativen Formen an die Bedürfnisse der Ethnologie anzupassen.

4 Entwicklung einer neuartigen Darstellungsform

Ich möchte also nochmals kurz zusammenfassen: Die Philosophie des Hypertextes, nichtlineare Texte zu bieten, durch die sich der Leser selbst seinen Weg sucht, konnte

22 Spiegel Online: Videonews. 2004. <http://www.spiegel.de/sptv/videonews/> (13 Feb. 2004).

23 Mischel 2001.

24 Benetton Group SpA: Colors Magazine. <http://www.benetton.com/colors/> (13 Feb.2004)

25 New York Times: Multimedia. 2004. <http://www.nytimes.com/pages/multimedia/index.html> (13. Feb 2004).

26 Das Flashforward Filmfestival findet sich aktuell (13 Feb 2004) unter der Adresse <http://www.flashforward2004.com/>.

27 BBC (Hrsg.): Building public value. Renewing the BBC for a digital world. London, 2004. http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/bbc_bpv.pdf (26. Jul 2004).

weder in den Massenmedien noch in der Ethnologie in einer Weise eingesetzt werden, die zu einer breiten Akzeptanz geführt hätte. Die Vorteile von Multimedia-Publikationen in der Ethnologie sind seit den 90er Jahren immer wieder erwähnt worden, Kritik wurde vor allem den hohen Kosten entgegengebracht. In den Massenmedien des Internets konnte sich Multimedia ebenfalls noch nicht durchsetzen, die Vielzahl von Experimenten lässt aber erkennen, dass diese Idee keinesfalls abgehakt wurde.

Was benötigt wird ist also eine Technologie, die es erlaubt Multimedia-Inhalte in der bewährten linearen Struktur kostengünstig und unkompliziert zu erstellen. Darüber hinaus soll diese Technologie weitere Probleme lösen helfen, die bisher noch nicht adressiert wurden, und die auch bei der Verwendung von Multimedia in den Massenmedien nicht erkannt wurden. Diese werden nun kurz vorgestellt.

4.1 Aufhebung des sequentiellen Korsetts

Wenn eine neue Technologie eingeführt wird, dann wird nicht selten Bestehendes konsequent ohne Veränderung auf die neue Technologie übertragen. Genau diese Beobachtung kann man bei der heutigen Verwendung audiovisueller Medien im Internet machen. Als Beispiel können wieder die Massenmedien gelten, die bisher verschiedene Medienformen ins Internet übertragen haben. Vor allem die Zeitungsverlage haben die klassischen Mischungen aus Text und Bild nur kopiert. Auch die Nutzung des Internets als Plattform für den Abruf von Spielfilmen und Sendungen (video on demand) wurde in den 90er Jahren intensiv diskutiert. Radio ist heute in Form von meist musikorientierten Webradios im Internet vertreten.

Multimedia ist nun nichts anderes als die Verbindung von Text, Bild, Ton und Video zu einem Medium. Diese Verbindung kann freilich sehr unterschiedlich erfolgen, wobei die Vorteile und Nachteile der einzelnen Medienformen in ihrer klassischen Form unterschiedlich stark zu tragen kommen. Fast alle bisherigen Multimediaformen, sowohl in den Massenmedien als auch in der Wissenschaft, haben dabei eines der wichtigsten Vorteile von Text über Bord geworfen: die Freiheit der Rezeptionsgeschwindigkeit. Diese ist gleichzeitig einer der Nachteile sowohl von Fernsehen als auch von Radio. Bei einer reinen Übertragung dieser Medien auf den Computer bleibt dieser Nachteil bestehen.

Warum verwendet man aber nicht den Text als Trägermedium und erhält so die Vorteile dieses Mediums? Integriert man jetzt möglichst kleine Einheiten von Video und Ton in

den Text, kommen dennoch alle Vorteile von Video und Ton hinzu. Durch die individuell steuerbare Rezeptionsgeschwindigkeit sind die Texte außerdem auch »scanbar«, das heißt, sie können überflogen werden. Eine Eigenschaft, die sowohl im Internet als auch in der Wissenschaft von größter Bedeutung ist und durch das stetig steigende Informationsangebot immer wichtiger wird.

Für den Medienbereich bestätigt das auch eine Studie der Universität Stanford und des Poynter Instituts aus dem Jahre 2000:

»Where do eyes go initially after firing up the first screenful of online news? To text, most likely. Not to photos or graphics, as you might expect. Instead, briefs or captions get eye fixations first, by and large.«²⁸

Die Leser lenken ihre Aufmerksamkeit erst auf den Text, vor allem auf hervorgehobenen Stellen, springen zwischen Textblöcken hin- und her und wechseln teilweise sogar zwischendurch zu anderen Webseiten um erst später den Artikel zu Ende lesen.²⁹

Warum soll man also diese Art der Nutzung, die sowohl bei gedruckten Medien, aber auch bei Onlinetext vorkommt, verwerfen, indem man Video und Ton als Leitmedium einsetzt und zusätzliche Informationen über den Umweg eines Sprechers oder mit Untertiteln vermittelt? Warum nicht den Text als Trägermedium verwenden und einzelne audiovisuelle Elemente in ihn einbauen?

Konsequent wurde diese Idee auch im Internet niemals umgesetzt. Wie die Beispiele aus dem Medienbereich gezeigt haben, hat man zwar narrative Texte mit audiovisuellen Elementen angereichert, die Textblöcke aber wieder in eine sequentielle Abfolge gezwängt (im Stil einer Diashow). Der Leser muss von einer Multimedia-Seite zur nächsten klicken, um die gesamte Information einer Reportage abzurufen. Er ist gefangen im sequentiellen Korsett.

Der Grund dafür ist einfach: Die Autoren solcher Beiträge wissen sich nicht anders zu helfen: Falls sie die Informationen nicht unterteilen, werden alle audiovisuellen Elemente bereits am Anfang gestartet.

An diesem Punkt setzt das Kernkonzept meiner Entwicklung ein: Töne, Videobeiträge, Animationen oder interaktive Elemente werden dann gestartet, wenn sie der Leser in der Seite erreicht hat. So bleibt die Reportage oder ein Kapitel eines wissenschaftlichen Textes weiterhin komplett sichtbar und kann überflogen werden. Gesteuert wird wie gewohnt mit dem Scrollbalken oder dem Scrollrad.

28 Stanford/Poynter 2000.

29 Stanford/Poynter 2000; vgl. auch Rada 2002, S. 16-17.

4.2 Text und HTML bleiben weiterhin Trägermedium

Text wird in der Wissenschaft auch weiterhin das geeignetste Medium zum Austausch von Information bleiben, weil er am flexibelsten und schnellsten eine Idee vermittelt.

Doch zusätzlich ergeben sich technische Vorteile: Bei meiner Entwicklung wird nicht komplett auf komplizierte Technologien wie Flash ausgewichen, sondern der Text selbst und die Steuerung wird mit HTML bzw. Javascript realisiert. Beides sind kostenlose und leicht erlernbare Technologien. Man wird nicht gezwungen, sich wie bei Macromedia Flash zwangsweise um das Design der Seite zu kümmern. Außerdem liefert der Webbrowser schon alle benötigten Elemente zur Navigation (Scrollbalken, Zurück-Button etc.). Bei Flash muss diese Infrastruktur erst selbst geschaffen und designt werden.

Lediglich die audiovisuellen Elemente werden für sich mit Macromedia Flash erstellt. Dieser Schritt ist notwendig, da Webbrowser weder mit datenreduzierten Tondateien wie MP3s umgehen können, noch Videos abspielen können. Sie können das erst durch sogenannte Plugins. Das Flash Plugin von Macromedia ist auf allen modernen Browsern bereits vorinstalliert und spielt diese Elemente dann ab, wenn der User an der entsprechenden Stelle des Aufsatzes ankommt. Auf Wunsch kann der Start natürlich auch mit einem Link oder einem Button ausgeführt werden, falls man das automatische Starten als lästig empfindet. Auch dann ist die Integrierung aber wesentlich besser, da der Leser nicht erst warten muss, bis das audiovisuelle Element geladen ist, und es auch nicht in einem externen Player abgespielt wird, der sich über das Browserfenster legt. Beides ist der Fall, wenn man Multimediadateien einfach nur aus dem HTML heraus verlinkt.

4.3 Nachteile meiner Entwicklung

4.3.1 Ladezeit

An diesem Punkt kommt man zumindest dann nicht vorbei, wenn man Multimedia im Internet anbietet. Ich sehe es als Vorteil, wenn alle Elemente auf einmal geladen werden, da später Wartezeiten den Lesefluss viel deutlicher stören. Allerdings kann das Laden im Hintergrund stattfinden, während der Leser bereits mit dem Lesen beginnt. Größere Ethnographien wird man aber ohnehin auch auf CD-ROM verbreiten.

4.3.2 Technische Voraussetzungen

Der Leser muss einen der Browser besitzen, die momentan (2003-2004) aktuell sind, das heißt mindestens: Mozilla 1.4, Opera 7.1x, Internet Explorer 6 oder Netscape 7.1.

Auf Macintosh-Rechnern funktioniert die Technologie (momentan) noch nicht.

Je nach Größe des Textes und Menge der Elemente muss ein relativ schneller Rechner vorhanden sein. 1Ghz sollte aber gut reichen.

4.3.3 Aufwand

Es soll nicht verschwiegen werden, dass Multimedia immer einen deutlichen Mehraufwand einfordert. Töne, Bilder und Videos müssen geschnitten und komprimiert werden. Dann müssen sie in Flash-Elemente umgewandelt werden (dies erfolgt aber immer nach demselben Muster). Dann müssen alle Elemente in verschiedenen Bereichen des Seiten-codes eingefügt werden und – falls man sie automatisch starten lassen will - müssen ihnen Start- und Endwerte gegeben werden, die vorher beim Scrollvorgang in der Seite abgelesen werden können. Das alles setzt ein gewisses Geschick mit Technologie und Grundkenntnisse in HTML voraus, nicht aber mit Javascript.

Die Kosten für den Autor solcher audiovisuellen Texte reduzieren sich neben den Programmen für die Bearbeitung der audiovisuellen Elemente auf Macromedia Flash (momentan etwa 600 Euro). Der Zeitaufwand liegt weit unter den Produktionskosten einer herkömmlichen Multimedia-CD-ROM.

4.3.4 Unbekannte Akzeptanz

Da es diese Form der Multimedia-Präsentation bisher nicht gab, kann man die Akzeptanz bei Lesern oder Wissenschaftlern nicht absehen. Mit der Zeit kann man aber sowohl die Technologie als auch narrative Strategien zur besseren inhaltlichen Verbindung der Elemente weiterentwickeln und mögliche bestehende Probleme bei den Lesern anpassen.

4.4 Beispiel

Die Idee zu der neuartigen Darstellungsform für Multimedia-Inhalt ist aus einem journalistischen Hintergrund heraus entstanden. Die Adaption auf die Bedürfnisse der Ethnologie hat erst zu einem späteren Zeitpunkt stattgefunden. Deshalb existiert von mir

momentan nur ein anschauliches Beispiel einer multimedialen Reportage, und auch dieses ist im Kern nur die exemplarische Verarbeitung von Bild- und Tonmaterial aus einer Urlaubsreise. Als Doktorand in einem anderen ethnologischen Bereich war es mir nicht möglich, mehr Aufwand für ein Beispiel aufzubringen, da die technische Realisierung zunächst im Vordergrund stand. Die narrativen Möglichkeiten werden im Beispiel weder für den Journalismus noch für die Ethnologie ausgeschöpft.

Das Beispiel handelt von einer überraschenden Entdeckung, die ich mit Freunden während eines Urlaubs machte. Sie ist im Stil an eine persönliche Erzählung angelehnt. Die Adresse lautet:

<http://rufposten.de/daten/schacht/>

4.5 Weiterentwicklung

Technische und konzeptionelle Ideen gibt es momentan genug. Für die wissenschaftliche Präsentation bietet sich vor allem eine vereinfachte Implementierung an, die nicht automatisch startet. Diese wäre auch auf MacOS lauffähig. Die zukünftige Entwicklung des Konzepts wird auf meiner Website unter <http://rufposten.de> zu verfolgen sein. Weitere Anschauungsbeispiele sollen folgen.

5 Glossar

Hypertext	Text, der mit Hilfe von Verweisen und Knotenpunkten einzelne Texte oder Textteile miteinander verknüpft.
Multimedia	Inhalte, die aus verschiedenen Medien zusammengesetzt sind. Vorwiegend Text, Bild, Ton und Film, aber auch interaktive Graphiken, Spiele oder Animationen.
Hpermedia	Hypertext, der mit Multimedia angereichert ist oder nur aus verknüpften audiovisuellen Medien besteht.
Internet	Gemeint ist das bekannte, gesamte Netzwerk, mit allen seinen Diensten, z.B. Email, Chat, WWW oder FTP.
WWW	Das was den meisten als Internet geläufig ist, ist eigentlich ein spezieller Dienst, der HTML-Seiten mit dem HTTP-Protokoll an einen Webbrowser überträgt.
HTML	Hypertext Markup Language. Eine einfache Formatierungssprache, die auch heute noch in allen Websites für Design (Überschriften, Kästen, Schiftarten, Farben) und Funktionalität (Links) verwendet wird.
CERN	Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire, das europäische Kernforschungslabor. Dort wurde auch die Idee des WWW von Tim Berners-Lee auf den Weg gebracht.
W3C	Das W3-Konsortium leitet heute die Entwicklung von Webstandards wie HTML. Gründer und Vorsitzender des W3C ist Tim Berners-Lee. An der Entwicklung beteiligen sich in freiwilliger Arbeit Mitgliedsorganisationen, darunter auch kommerzielle oder wissenschaftliche Organisationen, wie das Deutsche Forschungsnetz.

6 Literaturverzeichnis

Banks, Markus: Interactive Multimedia and anthropology – a sceptical view. 1994.

<http://www.isca.ox.ac.uk/marcus.banks.01.html> (11 Feb. 2004).

- BBC (Hrsg.): Building public value. Renewing the BBC for a digital world. London, 2004.
http://www.bbc.co.uk/thefuture/pdfs/bbc_bpv.pdf (26. Jul 2004)
- Benetton Group SpA (Hrsg.): Colors Magazine. <http://www.benetton.com/colors/> (13 Feb.2004). -
 Man beachte das online zugängliche Archiv am oberen Seitenrand.
- Biella, Peter; Seaman, Gary: Yanomamo Interactive: The Ax Fight. Fort Worth, TX : Harcourt Brace, 1997. - Diese CD-ROM ist anscheinend in verschiedenen Varianten mit oder ohne Buch bei verschiedenen Verlagen erschienen. Mehr Informationen auf der entsprechenden Seite von Peter Biella: <http://www.anth.ucsb.edu/projects/axfight/> (13 Feb 2004).
- Biella, Peter: Codifications of Ethnography. Linear and Nonlinear. 1994.
<http://www.usc.edu/dept/elab/welcome/codifications.html> (12 Feb. 2004)
- Biella, Peter: Curriculum Vitae auf seiner Home Page. 2002. <http://userwww.sfsu.edu/~biella/vita.htm> (12. Feb 2004).
- Bischoff, Sonja: Einsatz des Internets in der ethnologischen Forschung. Ergebnisse einer Online-Umfrage an allen ethnologischen Universitätsinstituten im deutschsprachigen Raum. Eigenverlag, Zürich 2002. - Lizentiatsarbeit der Philosophischen Fakultät der Universität Zürich.
- Cailliau, Robert: A Little History of the World Wide Web. 1995. <http://www.w3.org/History.html> (11 Feb. 2004).
- Dicks, Bella; Mason, Bruce: Hypermedia and Ethnography: Reflections on the Construction of a Research Approach. In: Sociological Research Online 3 (1998), Nr. 3.
<http://www.socresonline.org.uk/socresonline/3/3/3.html> (13 Feb 2004).
- Dicks, Bella; Mason, Bruce: The Digital Ethnographer. In: Cybersociology 6 (1999).
<http://www.socio.demon.co.uk/magazine/6/dicksmason.html> (13 Feb 2004).
- Eberl, Matthias: Das Geheimnis der Treppe von Aragon. Ein touristisches Abenteuer von Matthias Eberl. Erzählt in einer technologisch neuartigen Multimedia-Form. 2004. <http://rufposten.de/daten/schacht/> (4 Aug 2004).
- Fabian, Johannes: Virtual Archives and Ethnographic Writing. 'Commentary' as a New Genre? In: Current Anthropology 43 (2002), Nr. 5, S. 775-780.
- Mischel, Roman: Sinn und Unsinn eines Milliardenprojekts. 2001.
<http://www.onlinejournalismus.de/webstories/schoenefeld.php> (13 Feb 2004). - Die Reportage selbst war im Februar 2004 allerdings zur Überarbeitung offline.
- New York Times: Multimedia. 2004. <http://www.nytimes.com/pages/multimedia/index.html> (13. Feb 2004).
- Rada, Holger: Design digitaler Medien. Tübingen : Max Niemeyer, 2002.
- Seaman, Gary; Williams, Homer: Hypermedia in Ethnography. In: Crawford, P.I. (Hrsg.); Turton, D. (Hrsg.): Film as Ethnography. Manchester, University Press 1992.
- Spiegel Online: Videonews. 2004. <http://www.spiegel.de/sptv/videonews/> (13 Feb. 2004).
- Stanford Poynter Projekt: Internet Eyetracking Study. 2000. <http://www.poynterextra.org/et/i.htm> (16 Feb 2004). - Leitung des Projekts: Marion Lewenstein.
- Stebelmann, Scott: Hypertext and Hypermedia: A Select Bibliography. 1996-2000.
<http://www.bradley.edu/las/eng/biblio/index.html> (11 Feb. 2004).