

Wie kommen wir dahin?¹

Das Internet verlangt als neues Medium den Nutzerinnen und Nutzern genauso neue Fähigkeiten bei der Wissensaufnahme ab wie den Autorinnen und Autoren beim Bereitstellen von Informationen. Um diesen neuen Anforderungen zu verstehen und zu meistern, können Metaphern hilfreich sein – oder Analogien zu bisherigen Formen der Wissensvermittlung. Denn nicht immer sind die Nutzungsformen des Mediums Internet so vollständig neu, wie dies der Begriff der „Neuen Medien“ suggeriert. Dies gilt besonders für die Orientierung in Informationsangeboten, im Jargon der Neuen Medien „Navigation“ genannt.

Metaphern und Analogien

Um die Möglichkeiten und Schwierigkeiten, die Chancen und Risiken aber auch neue Nutzungsformen des Internets¹ zu beschreiben, benutzen wir gerne Metaphern.² So beschreiben wir das Internet gerne als Daten-Highway, über den wir auf der Suche nach Informationen dahinbrausen, oder als Daten-Meer, auf dem wir kunstvoll herumsurfen bevor wir in der Informationsflut ertrinken.³ In Wirklichkeit sprüht uns keine Gischt in die Augen und kein Fahrtwind zerzaust unser Haar: stattdessen sitzen wir zuhause oder im Büro und betrachten den Bildschirm. Das Internet gleicht eher einem Schreibtisch, auf dem viele Bücher herumliegen. Wir schlagen im dem einen Buch etwas nach oder suchen in einem anderen Buch nach einer passenden Textstelle oder kennzeichnen eine Passage, die wir später wieder gebrauchen wollen. Folgerichtig ist auch die Welt des Buches, das in gewissen Medienphantasien vom Internet abgelöst werden sollte,⁴ als Metapher bei der Beschreibung des Internets stark präsent: wir blättern durch Kataloge, sehen uns Seiten an und setzen bei interessanten Seiten Buchzeichen, damit wir in der riesigen elektronischen Bibliothek die Information wieder auffinden können.

Das Buch als Metapher für das Internet zu gebrauchen liegt nahe. Das Lesen von Texten und das Betrachten von Bildern sind noch immer die vorherrschenden Tätigkeiten, die wir mit dem Internet ausüben. Insofern entspricht die Buch-Metapher eher einer Analogie, welche die Ähnlichkeiten bei der Nutzung von Internet und Buch hervorhebt. Die Metaphern „Datenmeer“ oder „Information-Highway“ beschreiben dagegen die Möglichkeiten des „neuen Mediums“ und die Hoffnungen und Ängste, die wir in seiner Nutzung sehen. Allen diesen Metaphern gemeinsam ist ihre räumliche Komponente, die in offensichtlichen Kontrast zur Zweidimensionalität des Bildschirms steht, mit dem wir hauptsächlich auf das Internet zugreifen. Diese Raummetaphern passen zu den Fantasien US-amerikanischer Internet-Promotoren, die, ganz im Sinne der Eroberungsgeschichte des amerikanischen Westens, im Internet eine „new frontier“ sehen, die es zu entdecken und zu besiedeln gilt, und wo freiheitliche Ideale sich durchsetzen und ordnungspolitische Eingriffe bestehender Staaten oder supranationaler Organisationen ferngehalten werden sollen.⁵

Orientierung und Strukturierung

So, wie wir das Internet zumeist benutzen, ist es ein flüchtiges Medium: ein grosser Katalog, nicht zum Verweilen und zur intellektuellen Vertiefung geschaffen, sondern dazu da, Seiten durchzublättern (englisch: „to browse“) und sich einen schnellen Überblick zu ver-

¹ Verfasst für die Online-Publikation im Bereich „Reflexionen“ der Website www.pastperfect.at im September 2003.

schaffen. Mit anderen Worten: Das Internet soll uns dabei helfen, uns inhaltlich zu orientieren. Da erstaunt es nicht, dass räumliche Metaphern genutzt werden, um diesen Aspekt der Orientierung zu erfassen, wie zum Beispiel bei der Bezeichnung „Navigation“. Im allgegenwärtigen Begriff des „Cyberspace“ hat William Gibson⁶ beides vereint: die Vorstellung eines virtuellen Raums, der sich hinter dem Bildschirm auftut, und die Steuermannskunst, sich darin zurechtfinden zu können. Mag der Raum nur virtuell sein, die Notwendigkeit der Orientierung ist sehr konkret. Die Analogie mit dem vertrauten Instrument des Buches stösst an ihre Grenze, wenn wir Informationseinheiten („Seiten“) zusammenstellen und uns eine Übersicht verschaffen wollen. Die Verknüpfung von Dokumenten mittels Hyperlinks, die Einbindung von Multimedia und die individualisierte Benutzererfahrung des Mediums durch interaktive Nutzungselemente, vor allem durch Datenbankanbindungen, machen das Internet zu einem „neuen“ Medium, das entsprechende neue Fähigkeiten der Benutzerinnen und Benutzer erfordert.⁷ Auf dem unbekanntem Datenmeer sind Navigationsinstrumente gefragt.

Zwar haben sich die Internet-Metaphern mittlerweile in unserem Sprachgebrauch eingebürgert. Doch die Probleme und neuen Aufgaben, die sich uns bei der Nutzung des Internets stellen, sind mit metaphorischen Bezeichnungen nicht gelöst. Denn paradoxerweise bietet das Internet, das wir zur Orientierung nutzen wollen, selbst wenig Struktur für die Orientierung. Wir müssen uns in einem anarchisch gewachsenen, unstrukturierten, uns unvertrauten, neuen Umfeld erst zurechtfinden - Freiheit und „New Frontier“ lassen grüssen. Bei der Orientierung müssen wir uns zunächst das Medium vornehmen, ehe wir uns mit den Inhalten befassen können.

Und mit Schrecken stellen wir fest: jede noch so kleine Bibliothek ist besser strukturiert als das Internet. Natürlich, wir verfügen über Suchmaschinen wie Google, die Internet-Variante des Zettelkastens, die auch zu einem Stein des Weisen mutieren kann: auf alles, so scheint es, hat die Suchmaschine eine Antwort bereit. Manchmal erscheint uns die Antwort etwas orakelhaft, und wir müssen uns selber zusammenreimen, was die Antwort wohl bedeutet. Aber meistens kommen wir dank der Suchmaschine zu brauchbaren Ergebnissen und vor allem: wir erhalten sie schnell. Doch wer sich mit der Funktionsweise von Suchmaschinen einmal näher befasst hat, weiss um ihre Grenzen und sucht nach Alternativen. Die gibt es aber (noch) nicht, oder sie vermögen nicht zu überzeugen.⁸ Um es in einer Metapher auszudrücken: die Suchmaschinen gleichen automatisch erstellten Wegweisern, die uns je nach Interesse unzählige Destinationen im Internet aufzeigen können. Aber über eine Karte oder einen Kompass, mit denen wir uns eine Übersicht über die Datenlandschaft verschaffen und den Kurs bestimmen könnten, verfügen wir nicht. Wir kommen zwar ans Ziel, wissen aber nicht warum.

Erschliessung der Website mit Navigationshilfen

Aber selbst wenn wir am Ziel, oder besser: an einem der Ziele angekommen sind, bleibt die Orientierung wichtig: Wie finden wir weitere Informationen, wer steckt hinter den Informationen, wie ist die gefundene Information in einen grösseren Zusammenhang eingebunden? Auch hier spielt die Navigation eine Rolle, oder vielmehr die Navigationshilfen, die von den Autorinnen und Autoren angeboten werden. Navigationshilfen sind der zentrale Schlüssel für die Nutzbarkeit und damit für die Akzeptanz einer Website. Hier verbirgt sich die grösste Herausforderung bei der Bereitstellung von Informationen im Internet.

Interessanterweise hat sich die räumliche Darstellung von inhaltlichen Strukturen, beziehungsweise die Anwendung räumlicher Metaphern (wie ein Zimmer, eine Schalterhalle oder ein Kaufhaus) bei der Gestaltung von Navigationshilfen nicht durchgesetzt. Stattdes-

sen treffen wir auf typographische Darstellungen, die zumeist in der linken Spalte oder im Kopf eine Seite untergebracht sind.⁹ Nicht genug damit: bei der Untersuchung von Navigationshilfen hat sich gezeigt, dass eine hierarchische Darstellung des Inhalts für die Nutzerinnen und Nutzer einfacher zu bedienen ist. Sie gleicht dem vertrauten Inhaltsverzeichnis eines Buches, während andere, vor allem räumliche Darstellungen nicht so intuitiv erfassbar sind und sich zudem nicht ohne weiteres neben dem eigentlichen Inhalt anzeigen lassen.¹⁰ Auch die Suchmaschinen zeigen das Ergebnis nicht als dreidimensionale Räume an, sondern sehr simpel (und seit Jahrhunderten, ja Jahrtausenden vertraut) als Listen. Ist das Internet einfach nur ein digitales, flaches Buch? Möglicherweise nutzen und gestalten wir es so, weil wir gerne Gewohnheiten anhängen und uns nichts anderes vorstellen können. Denn auch die hierarchisch gegliederten, typographischen Navigationshilfen, wie sie von unzähligen Websites bekannt sind, sind vermutlich nicht die optimale Lösung, da sie bei der Erschließung sehr komplexer und umfangreicher Inhalte an ihre Grenzen stossen.

Navigation als Schlüssel zum „Neuen Medium“

Das Internet bietet neue Möglichkeiten der Informationsvermittlung: Dank Hypertext und Hyperlinks lassen sich völlig neu strukturierte Inhalte verfassen. Doch die Herausforderung liegt darin, wie diese neu strukturierten Inhalte unter den limitierenden Bedingungen der zweidimensionalen Darstellung so präsentiert werden können, dass die Leserinnen und Leser das Potential des anders und neu gestalteten Inhalts auch anders und neu wahrnehmen und sich aneignen können. Verknüpfungen und nicht-lineare Erzählstrukturen? Das bieten auch Handbücher und Lexika. Interaktivität? Da hängen Info-Desk-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jede Datenbank ab. Ist das Internet folglich nur eine komfortable, aber unorganisierte Form der Bibliothek? Und unsere Nutzung einfach ein Abwandlung des Durchsuchen eines Regals, wo wir Bücher in die Hand nehmen und schnell durchblättern, um zu entscheiden, ob da etwas drin steht, was uns interessiert? Immerhin handelte es sich um eine bemerkenswerte Abwandlung, wenn wir bedenken, dass wir rund um die Uhr auf der ganzen Welt Inhalte einsehen können.

Der Schlüssel dazu, ob das Internet als „neues Medium“ auch neue Inhalte und Vermittlungsformen bieten kann, die über die vertraute Welt der Bücher hinausweist, ist meines Erachtens die Navigation, also die Art und Weise, wie wir uns als Nutzerinnen und Nutzer oder als Autorinnen und Autoren mit dem Internet Orientierung verschaffen oder vermitteln. Erst wenn die Navigation das leisten kann, was die Metapher suggeriert, wird die Wissensvermittlung in jene neuen Darstellungs- und Wahrnehmungsdimensionen vorzustoßen vermögen, wie sie der Begriff „Cyberspace“ verspricht. Bleibt nur die Frage: Wie kommen wir dahin?

Jan Hodel; lic. phil. 1: Studium der Geschichte, Geographie, Biologie und Journalistik in Freiburg i. Ue., Berlin und Basel. Seit 1996 Teamleiter Neue Medien bei der Kommunikationsagentur ecos in Basel. Seit 1999 Lehraufträge zur Nutzung Neuer Medien in den Geschichtswissenschaften an der Universität Basel. Co-Projektleiter mit Peter Haber beim Projekt History Toolbox (1999 bis 2002). Mitbegründer der Website www.hist.net.

¹ Damit sind hier das World Wide Web mit den darin integrierten anderen Funktionen wie Chat, E-mail, Videostreaming etc. gemeint.

² Ratzan, Lee: Making sense of the Web - a metaphorical approach. Information Research, 6(1), 2000, <http://InformationR.net/ir/6-1/paper85.html>

³ Stefan Kreml :Das Internet in Soziologenhand. Von der Soziologie des Internet: in Telepolis, 27.11.1997, <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/buch/2223/1.html>.

Daniel Ammann: Seefahrer und Abenteurer auf dem globalen Datenmeer, Sprachschöpfung durch neue Medien, in Telepolis: 20.10.1999, <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/5398/1.html>.

⁴ Vgl. die kritische Analyse dieser Ablösungstheorien: Jochum, Uwe: Das Ende der Geschichte im Internet, in: Geschichte und Internet: Raumlose Orte – Geschichtslose Zeit, Geschichte und Informatik, Vol.12 2001, S. 11-21.

⁵ Eine kritische Auseinandersetzung und gute Übersicht bei: Turner, Fred: Cyberspace as the new frontier? Mapping the shifting boundaries of the network society. In: P. E. Agre (Ed.), Red Rock Eater News Service, 6.6.1999. <http://commons.somewhere.com/rre/1999/RRE.Cyberspace.as.the.Ne.html>

⁶ William Gibson: Neuromancer, München 1986.

⁷ Zum Thema Hypertext und Hyperlinks und die Konsequenzen ihres Einsatzes:

Zimmer, Dieter E.: Hypertext oder Absage ans Lineare, in: Die Bibliothek der Zukunft. Text und Schrift in den Zeiten des Internets, Hamburg 2000, S. 52-60.

Berners-Lee, Tim: Gewirr, Verknüpfungen und Netze, in: Der Web-Report, München 1999, S. 20-46.

Kuhlen, Rainer: Hypertext. Ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank. Berlin 1991.

⁸ Vgl. auch das Projekt der Bertelsmann-Stiftung: „Transparenz im Netz: Die Suche im Internet erleichtern“ (<http://www.bertelsmann-stiftung.de/project.cfm?lan=de&nid=1&aid=4795>), das sich zum Ziel setzt, mit einem „code of conduct“ für Suchmaschinenbetreiber dem Nutzer mehr Verlässlichkeit bei der Nutzung von Suchmaschinen zu verschaffen.

Hodel, Jan: Heidegger in der Strassenbahn oder Suchen in den Zeiten des Internets, in: Geschichte und Internet: Raumlose Orte – Geschichtslose Zeit, Geschichte und Informatik, Vol.12 2001, S. 35-48.

Heise Online-News: Google zensiert Scientology-Kritiker: <http://www.heise.de/newsticker/data/jo-21.03.02-001/>.

⁹ Vgl. Nielsen, Jakob: Erfolg des Einfachen, München 2000. Daraus Kapitel 4 „Designing Web Usability“ in: Web Developer's Virtual Library: Designing Web Usability, New Riders Publishing 2001, <http://www.wdvl.com/Authoring/Design/Usability/>

¹⁰ Noller, Stephan: Mentale Modelle und Webnavigation. Ein Useability-Experiment zur Informationssuche im World-Wide-Web, Diplom-Arbeit der Psychologie an der Universität Köln, Köln 2000.