

Das Experiment ZebraWorld

Mischa Schaub, Geschäftsführer

HyperStudio AG am CIM-Zentrum Muttenz der Ingenieurschule beider Basel

St. Jakobsstrasse 84, CH-4132 Muttenz

Tel: 004161 467 44 14 Fax: 004161 467 44 12 e_mail: mischa@hyper.ibb.ch

1 Zusammenfassung

Zusammen mit Jugendlichen aus der ganzen Schweiz wird seit März 95 an einer virtuellen Welt namens "ZebraWorld" gebaut. Diese Welt soll das Lebensgefühl dieser Gruppe widerspiegeln. Eingebettet in eine Rahmenhandlung entwickelt sich ZebraWorld aus den Beiträgen des Publikums bis Ende 1995. Zuschauerbeiträge können in vielfältigen Formen, also von der Zeichnung bis zum Brief und vom Videoessay bis zur Computeranimation, eingeschickt werden, um in den dafür vorgesehenen virtuellen Ausstellungsräumen eingebaut zu werden.

Das Redaktionsteam der Jugendsendung "Zebra" im Schweizer Fernsehen und die GestalterInnen bei Hyperstudio tragen und steuern das Projekt partnerschaftlich. "Zebra" ist ein wöchentliches Magazin, welches gesellschaftlich relevante Themen für ein Zielpublikum von 17-34jährigen Jugendlichen aufbereitet. Die Sendung erfreut sich großer Beliebtheit unter Jugendlichen aus den verschiedensten Kreisen und bildet daher ein geeignetes Forum, um den jeweiligen Stand des Experiments ZebraWorld zu dokumentieren und durch gezielte Fragestellungen auszubauen. Als Nebeneffekt sollen in Schwerpunktsendungen auch Aspekte des kreativen Umgangs mit den Möglichkeiten und Grenzen von digitalen Medien aufgezeigt werden. Eine eigens eingerichtete Homepage auf dem Netz steht zur Verfügung, um auf den jeweiligen Stand von ZebraWorld zu reagieren.

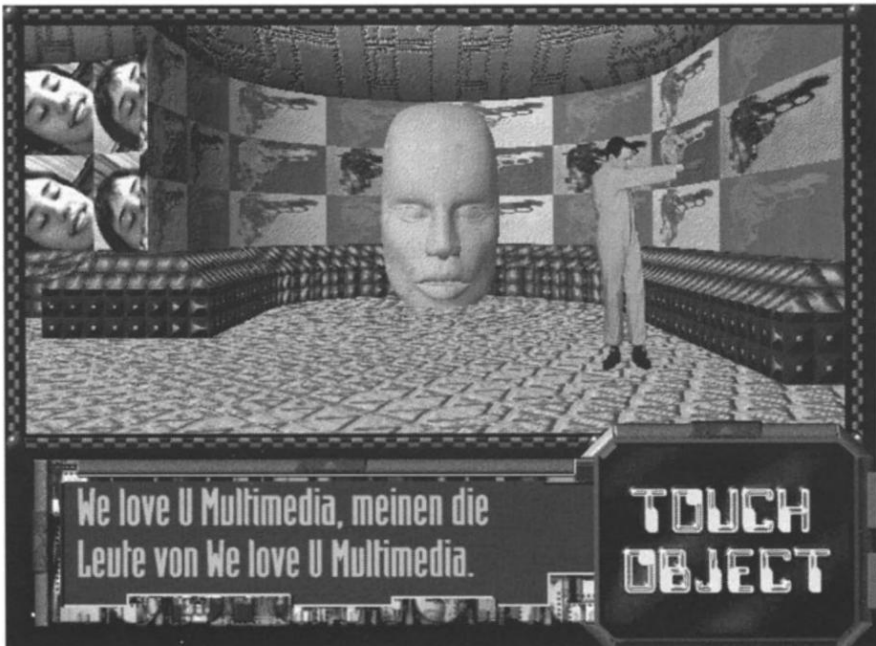
2 Was beabsichtigt ZebraWorld?

Die Eigendynamik des sogenannten technischen Fortschritts bringt viele, oft unbrauchbare Entwicklungen über die Gesellschaft. Deren gravierende Folgen werden uns zumeist erst dann bewußt, wenn sie längst eingetreten sind. So auch im Bereich des "interaktiven Fernsehens", wo der Kommunikationsanspruch von der technologischen Machbarkeit überrollt zu werden droht. Dieser Gefahr will das Medienexperiment ZebraWorld gegensteuern, indem über die offener und fließender gewordenen Austauschformen zwischen Informationsaufbereitern und Informationskonsumenten (also zwischen einer Redaktion und deren Publikum) reflektiert und auf einem gemeinsamen virtuellen Spielfeld entsprechend experimentiert werden soll. Dabei wird von der Überzeugung ausgegangen, daß Inter-

aktivität nicht nur als Problem einiger Glasfasern und einer Zusatzkonsole auf dem Fernseher verstanden werden darf (denn damit wird uns die Industrie sowieso beglücken), sondern daß mit der Gestaltung, der Inhaltlichkeit und der Vermarktung der neuen Kommunikationsformen über die Zukunft unserer zukünftigen Arbeitsplätze, Schulen und unserer kommenden Freizeit entschieden wird. In dieses Geschehen berichtend und steuernd einzugreifen, darin besteht die Absicht von ZebraWorld.

2.1 Kalter Kaffee

Wen interessieren schon ernsthaft die altbekannten Visionen der Telekom-Ingenieure, also Angebote wie Video-on-demand oder interaktives Shopping? Trotz der offensichtlichen Defizite dieser Banalutopien wird weiterhin von der unter einem grausamen Innovationsdruck stehenden Kabellobby am endgültigen Kulturabbau gewerkelt. Hoffnungsschimmer für einen möglichen Ausweg aus dem kommunikativen Suizid am Rande der kommenden Informationsgesellschaft sehe ich einzig in der Vielzahl der künstlerisch-sozialen Kommunikationsexperimente, die sich gegenwärtig im Internet abzuzeichnen beginnen. Virtuelle Galerien, interaktive Publikumszeitschriften und gemeinsam geschriebene Romane und Partituren lassen eine neue Qualität des zwischenmenschlichen Austauschs im immateriellen Datenraum erahnen. Diese Hoffnungsschimmer im Rahmen einer Fernsehsendung aufzugreifen und zu zeigen, wie Interaktivität als sozialer Prozess zwischen Sender und Empfänger verstanden werden kann, das interessiert uns am Experiment "ZebraWorld".



Die große Datenkapazität einer CD-ROM als Plattform für den Selbsta Ausdruck einer großen Sozialgruppe zu nutzen, das wollen wir versuchen. Seit Jahrzehnten träumt praktisch jede Jugendbewegung von einem autonomen Raum, in welchem der Ausdruck eigener Befindlichkeit wachsen kann. Solch einen Raum wollen wir für unsere TeilnehmerInnen aus dem ZebraPublikum erschaffen. Dazu bauen wir ein virtuelles Ausstellungsgelände, welches mit etwa achtzehn thematisch gefassten Pavillons bestückt sein soll. Als Inhalt dieser Pavillons sollen die Antworten und Sichtweisen unseres Publikums auf zentrale Fragen und die damit verbundenen Darstellungen entsprechender Gefühle ihren eigenen Ausdruck finden.

Einsendungen aus dem Publikum werden von uns ausgewählt, überarbeitet und in dieser am Bildschirm begehbaren Ausstellung integriert, Verwandte Ansätze zur Schaffung künstlicher Orte des Austauschs und der Selbstfindung finden heute im Internet bereits statt.

2.2 Tough job

Daß unser Experiment scheitern kann, ist uns nur allzu bewußt. So bedingt beispielsweise eine CD-geeignete Informationsaufbereitung strukturierende Eingriffe in die darzustellenden Daten. Wird es wohl trotzdem gelingen, der ZebraWorld zu einer größtmöglichen Authentizität und Vielfalt gegenüber Einsendungen aus dem Publikum zu verhelfen?

Als so brisant wie schwierig erweist sich die Konfrontation mit den Konventionen und Kniffen der sequentiellen Erzählform der Fernsehleute, mit welchen wir als GestalterInnen interaktiver Medienprodukte ein gemeinsames Produkt gestalten sollen. So verlangt beispielsweise unsere Produktion engagierte ZuschauerInnen, die dem herkömmlichen Profil als Couch-Potato diametral entgegenstehen. Solche idealen ZuschauerInnen können aber von einer Redaktion nur durch einen längerfristigen, vertrauensbildenden Kommunikationsprozess aufgebaut werden, der im Jugendmagazin Zebra gegenwärtig erst am Anfang steht.

Wir sind uns bewußt, daß interaktive Medien sich für die passive Zuschauersituation des Fernsehens nur schlecht eignen, da dem Publikum keine glaubwürdigen Eingriffsmöglichkeiten (außer den bekannten Notbehelfen wie numerischen Telefontastaturen etc.) angeboten werden können. Durch eine entsprechende Gestaltung des Interface, bei welcher sich der Zebra-Moderator als animierter Bildschirm Pfeil im virtuellen Bildschirm bewegt, soll dessen Rolle als stellvertretend Handelnder verdeutlicht werden. Wesentlicher als diese gestalterischen Kunstgriffe erachten wir aber, daß unsere Interaktivitätsrecherche nicht technologisch ausgerichtete, sondern kommunikativ relevante Fragen anzugehen versucht. Erst die Erarbeitung zukünftiger Formen der Publikumsbeteiligung und die Bestimmung geeigneter Inhalte bringt eine Konfrontation mit den zentralen Fragestellungen interaktiver Massenmedien. Wir glauben, daß diese nicht im Bereich der Technologie, sondern der Inhaltlichkeit zu stellen wären.

2.3 Weitere Informationen

Interessierte Medienschaffende können bei HyperStudio Interviews mit den Mitarbeitenden des Renaissanceteams durchführen, Bildschirmfotos erhalten und die ständig aktualisierten Informationen zum Stand des Experiments während der ganzen Projektdauer im WWW-Server "<http://zebraworld.net.ch>" von HyperStudio abrufen. Testexemplare der CD-ROM werden interessierten Medienvertretern vor Projektende zur Verfügung stehen.

3 Produktionsbedingungen

Die Erarbeitung interaktiver Angebote verlangt geeignete Produktionsbedingungen, und deshalb soll hier noch unsere spezifische Organisationsform vorgestellt werden. HyperStudio ist eine Weiterbildungs- und Produktionswerkstatt zur Erforschung und Gestaltung interaktiver Medien und neuer Formen der Telekommunikation. Als selbsttragendes Institut am CIM-Zentrum der Ingenieurschule beider Basel finanziert sich HyperStudio durch den Ertrag seiner Forschungsprojekte und Auftragsproduktionen. Sein rasch wachsendes studentisches "Renaissanceteam" (das ein gesamtheitliches Bildungsideal anstrebt) umfaßt gegenwärtig achtzehn Mitarbeitende, die über berufliche Hintergründe aus einem der vielfältigen Teilgebiete multimedialer Produktion verfügen. Die gemeinsame Kompetenz beinhaltet Gebiete wie Konzeption, Storyentwicklung, Filmschnitt, Tonbearbeitung, Programmierung, Fotografie und Bildbearbeitung, Interfacedesign, Typografie, Computeranimation. Parallel zur Konzeption und Gestaltung der ZebraWorld werden gegenwärtig zwei aufwendige CD-ROM Produktionen bei HyperStudio realisiert (Das Lehrmittel "ProNet", welches Frauen zum eigenen Umgang mit dem Internet anregen und befähigen will, sowie "SwissCIM", eine Darstellung des Technologietransfers der schweizerischen CIM-Zentren, die sich an KMU's richtet). Das Führungsteam für ein noch zu gründendes, zusätzliches HyperStudio im Elsass ist bereits gefunden, so daß bald ein vertrauter Forschungspartner im EG-Raum zur Verfügung stehen wird. Unsere StudienabgängerInnen sollen zukünftig die Möglichkeit erhalten, eine Medienproduktionsfirma in einem noch zu gründenden, eigenen Medienpark mit der Hilfe von HyperStudio aufzubauen. Ein derartiger Technopark, dessen führende Mitglieder durch die geteilte Projekterfahrung und durch die Hauskultur von HyperStudio verbunden werden, verspricht eine vertrauensbildende Grundlage für die zukünftige Zusammenarbeit.