

Daniel Ammann

Schnittstelle zwischen Leser und Text

Benutzeroberfläche und Interaktivität

Auf der Manifestationsebene bildet jeder Text eine enge Verknüpfung der drei Komponenten *Zeichen*, *Format* und *Medium*. Mit den Zeichen sind dabei potentielle Bedeutungsträger gemeint, Markierungen oder Symbole, die eine Aussage übermitteln oder doch wenigstens als Kodierung einer Botschaft gedeutet und verstanden werden können. Das Format bezieht sich auf die spezifische Aufmachung oder den «Aggregatzustand» eines solchen Zeichenpakets -also die Art und Weise, wie die Information auf einem Medium gespeichert bzw. bei der Ausgabe angezeigt wird. Da immer erst der konkrete Einsatz eines Mediums einen Text für uns wahrnehmbar macht, hinterlässt auch der Informationsträger Spuren auf der Nachricht. Der Text unterliegt den jeweiligen Grenzen und Möglichkeiten des Mediums. Meist geht dieser Übermittlungsvorgang mit einer Reduktion von Komplexität oder gar mit einer Verzerrung der ursprünglichen Information einher. So kann ein Bildschirm die Schrift und das Layout eines Dokuments verändern, und Bildausschnitt, Auflösung oder Farbtiefe zeigen Abweichungen vom Original.

Ein Medium kann dank seiner charakteristischen Benutzeroberfläche aber auch gänzlich neue Formatsaspekte ins Spiel bringen. So erlaubt die digitale Version eines Textes gegenüber der Buchausgabe eine schnelle Volltextsuche, und das Video bietet im Gegensatz zur Kinovorführung die Möglichkeit, das Bild anzuhalten oder über Vor- und Rücklauf Passagen zu wiederholen bzw. zu überspringen. Vor allem die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien schaffen so durch *Multimedialität* und *Interaktivität* neue Voraussetzungen für das Lesen. Beispielsweise können einzelne Textabschnitte und ganze Dokumente zu einem mehrdimensionalen Hypertext verknüpft und dabei verschiedene Zeichenkategorien und Textformen gleichzeitig dargestellt werden. Da der Multimediacomputer und das Internet dazu tendieren, mit ihren Benutzeroberflächen bisherige Medienformate wie Buch, Video, Audio-CD, Radio oder Telefon zu simulieren und zu amalgamieren, lassen sich im Umgang mit diesen neuen Medien entsprechend verschiedene Formen der Interaktivität unterscheiden.

Interaktivität beschreibt ganz allgemein die Fähigkeit eines Systems, mit anderen Systemen Informationen oder Botschaften auszutauschen. Auf den Kommunikationsprozess übertragen bedeutet dies einfach, dass Sender und Empfänger ihre Rollen tauschen und dabei in einen Dialog treten können. Je nach technischer Konfiguration und eigenem Nutzungsverhalten lassen sich medienübergreifend die folgenden fünf Aktivitätsbereiche unterscheiden:

1. Auf der *Wahlstufe* haben Nutzerinnen und Nutzer die Möglichkeit, innerhalb eines vorgegebenen Angebots eine Produktauswahl zu treffen und allenfalls die Benutzeroberfläche den eigenen Bedürfnissen anzupassen (wobei diese Einstellungen individuell und auf das jeweilige Ausgabegerät beschränkt bleiben). Bei elektronischen Massenmedien wie Fernsehen oder Hörfunk stellt die Wahlstufe den Normalfall dar. Ein Rollentausch zwischen Sender und Empfänger ist hier nicht vorgesehen. Informationen werden einseitig an ein öffentliches und nicht genau definiertes Publikum gerichtet. Beispiel: Menüeinstellungen wie Lautstärke, Stereo-/Monoton, Wahl der Sprache bei Zweikanalton, Einblendung von Untertiteln.
2. Über die blosse Auswahl hinaus erlaubt es die *Rückmeldestufe* zusätzlich, dem Sender Rückmeldungen auf der Basis von Ja/Nein-Entscheidungen zukommen zu lassen. Die Teilnehmer können so auf das laufende Programm reagieren und es in bescheidenem

Umfang beeinflussen. Menü und Wahlmöglichkeiten werden häufig noch vom Anbieter vorgegeben (z.B. in Form von Multiple-Choice). In Erweiterung zur Wahlstufe können sich Zuschauer bei laufenden Sendungen jedoch nicht nur dazu- oder wegschalten, sondern verfügen - wenn auch in sehr beschränkter Masse - über Entscheidungspunkte innerhalb des Programmablaufs. Beispiel: Dialogbox im Computerprogramm, einfache Publikumsbefragung (über Applaus, Knopfdruck oder durch Telefonabstimmung), standardisierter Fragebogen, z.T. auch Wunschprogramm in Hörfunk und TV.

3. Ähnlich dem Prinzip der Jukebox oder einer Menükarte im Restaurant können bei der *Ab-rufstufe* von den Nutzern individuell und meist zeitunabhängig Inhalte und Zusatzinformationen angefordert werden. Hier bestimmen Anwender also selber, wann sie welches Angebot beziehen wollen. Beispiel: CD, Video, Teletext, Web-Sites, Hypertext, Abrufprogramm (*TV on demand*), «digitales Fernsehen».

4. Auf der *Eingabestufe* kann ein Nutzer entweder selber als Teilnehmer aktiv werden oder er hat sogar die Möglichkeit, innerhalb einer vorgegebenen Programmstruktur eigene Beiträge zu platzieren. Auf dieser Stufe können Empfänger direkt mit dem Sender (und eventuell auch anderen Empfängern) kommunizieren. Im Gegensatz zum binären Rückkanal der Rückmeldestufe ist der Rezipient also nicht nur reaktiv, sondern kann selber als Autor Textinhalte beisteuern. Beispiel: Publikumstelefon in Radio- und Fernsehsendungen, Gästebucheintrag auf einer Web-Site, Posting in einer Newsgroup, Teilnahme in einem Chat.

5. Wenn die Nutzerinnen und Nutzer zudem selber zu Anbietern werden oder für ein breites Publikum Programmangebote zusammenstellen und gestalten können, so ist die höchste Form von Aktivität erreicht, die so genannte *Programmierstufe*. Wenn dieser Handlungsspielraum (im Gegensatz zur massenmedialen Programmierstufe) auch den Dialogpartnern zugebilligt wird und Sender wie Empfänger ihre Rolle frei wählen können, so ist damit wohl die höchste Stufe von Interaktivität erreicht. Beispiel: IRC bzw. Web-Chats; virtuelle Spielumgebungen im Internet (MUDs), die von Usern inhaltlich erweitert und durch zusätzliche Programme modifiziert werden können.

Adresse: Pestalozzianum Zürich, Forschung und Entwicklung, Fachbereich Medienbildung, Beckenhofstr. 35, CH 8035 Zürich Tel. 01/368 45 26 E-Mail: daniel.ammann@pesta-lozzianum.ch