



Leopold-Franzens
Universität Innsbruck
Fakultät für Psychologie und Sportwissenschaft
Institut für Psychologie

Schriftliche Arbeit zum Thema:

Storytelling

Forschungsseminar:
„Neuere psychologische Fachliteratur“
Lehrveranstaltungsnummer: 720 181
Ao.Univ.-Prof. Dr. Karl Leidlmair
WS 2006/07

Inhaltsverzeichnis

0. Name und Matrikelnummer der Gruppenmitglieder.....	1
1. „Storytelling“	2
1.1 <u>Geschichten über ...</u>	2
1.1.1 Stories über andere Leute	2
1.1.2 Stories über die Arbeit.....	2
1.1.3 Stories über den Betrieb selbst	2
1.1.4 Stories als sozialer Zusammenhalt	3
1.1.5 Stories über das Leben	3
1.1.6 Stories über einen selbst.....	3
1.1.7 Stories als Signale	3
1.1.8 Stories über die Vergangenheit	3
1.1.9 Stories über die Zukunft.....	4
1.2 <u>„Storytelling“ – Definition</u>	4
1.3 <u>Geschichte des Storytellings</u>	5
1.4 <u>Wie wirken Geschichten?</u>	6
1.5 <u>Vier Grundelemente einer guten Geschichte nach Denning</u>	7
2. „Digital Story Telling“	8
2.1 <u>Anwendungen des Digital Storytelling</u>	8
2.1.1 Edutainment	8
2.1.2 Infotainment	9
2.1.3 Persönliche Geschichten erzählen	9
2.1.4 Zentrum für Graphische Datenverarbeitung	10
3. „Distance learning“	11
3.1 <u>Explizites Wissen vs. Implizites Wissen</u>	11
3.1.1 Explizites Wissen	11
3.1.2 Implizites Wissen	11
3.2 <u>„Distance learning“ – Vorbemerkungen</u>	11
3.3 <u>Anwendungsmöglichkeiten</u>	12
3.4 <u>„Teleteaching“ vs. Lehre im klassischen Sinn</u>	12
3.5 <u>„Distance learning als Möglichkeit der Vermittlung von impliziten Wissen?</u>	14
4. Literaturverzeichnis.....	17

0. Name und Matrikelnummer der Gruppenmitglieder

Gfaeller-Einsank Anna

0315152

C298

csae6685@uibk.ac.at

+43/660/4671039

Oberguggenberger Anne

0315315

C298

csae7496@uibk.ac.at

+43/664/4442069

Riccabona Philipp

0316667

C298

csae6398@uibk.ac.at

+43/664/4022756

1. „Storytelling“

Geschichten vermitteln – aber was? Information und Wissen. Manche sagen, Geschichten sind nur metaphorisch, subjektiv und anekdotisch und können nicht ernst genommen werden. Manche Autoren sehen die Geschichte inzwischen wieder als das Medium schlechthin Information zu übermitteln. Man bedenke, dass in der Zeit bevor es die Schrift gab, alles Wissen mündlich weitergegeben wurde. Aber dazu später. Besonders soziales Wissen, d.h. wie man seinen Weg gehen kann, sich verhalten soll/ darf, Werte usw. kann über Geschichten vermittelt werden. Aber wovon handeln Geschichten überhaupt?

1.1 Geschichten über ...

1.1.1 Stories über andere Leute

Warum reden Menschen über andere Leute (Arbeitskollegen,...)? Es gibt negativen Klatsch und Tratsch, um anderen zu schaden, was eher selten ist, oder positiven, um zu beeindrucken usw. Bisherige Studien haben ergeben, dass es drei Motivationen gibt, Geschichten über andere zu erzählen: Vertrauen, Verlässlichkeit und Wissen. Wenn man erzählt, dass eine Person etwas sagt und dann danach handelt, erzählt man, dass sie verlässlich ist. Außerdem vermitteln die Geschichten, ob ein Person vertrauenswürdig ist. Wenn wir über andere reden, im Sinne von: er hat das getan und das usw., dann könnte man das auch Tratschen nennen. Aber es ist auch Wissensvermittlung. Wissen darüber wer der andere ist, wie verlässlich, vertrauenswürdig usw. Wissen darüber, wie jemand sein mag, was er tut usw. Geschichten erzählen wer wir sind bzw. wem wir gegenüberstehen.

1.1.2 Stories über die Arbeit

Menschen reden über die Arbeit, über die Regeln und den Ablauf, über Probleme usw. Bsp. Arbeiter, die sich über Rohre unterhalten (S.18/19)

Wenn Arbeiter zusammenkommen, wird über den Betrieb gesprochen und auch Problemlösungen werden besprochen. Und über das lernen wir.

1.1.3 Stories über den Betrieb selbst

In jedem Betrieb interessieren sich die Menschen für Neuerungen, Probleme, kurz gesagt für die Firma selbst. Jeder will wissen was vor sich geht. Menschen erzählen nun Geschichten um am Ball zu bleiben, um im Netzwerk verankert zu bleiben. Die Kommunikation macht den

Zusammenhalt. So bleibt die Gemeinschaft aufrecht. Firmen sind soziale Gemeinschaften, wobei es sehr wichtig ist diese Gemeinschaft intakt zu halten um Zusammenhalt und Stimmigkeit zu erzielen. Geschichten erzählen ist ein Mechanismus dafür.

1.1.4 Stories als sozialer Zusammenhalt

Oft, wenn Leute zu einem Meeting zusammenkommen, wird vorher über den Betrieb geredet, vor allem aber wird geschimpft und gejammert. Das ist so eine Art Ritual. Das schweißt die Leute zusammen, da sie erleben, dass sie gleich behandelt werden, die gleichen Probleme haben und somit einander vertrauen können. Über Geschichten können wir unseren Gefühlen Luft machen und damit wird auch Zusammenhalt geschaffen.

1.1.5 Stories über das Leben

Vielfach handeln Geschichten vom Leben: von Kindern, Liebe, Tod, Eltern, usw. So bekommen wir auch Information und können über das Leben lernen.

1.1.6 Stories über einen selbst

Für uns ist es wichtig uns selbst, unsere Identität vorzustellen und zu vermitteln. Das können wir am Besten indem wir erzählen was wir tun bzw. getan haben. Hier fließt eine Menge Information über uns selbst. Aber sie wird nicht nur an andere weitergegeben, sondern hat auch einen Einfluss auf uns selbst. Wenn wir erzählen was wir getan haben, retrospektiv, wirkt sich auch das auf unsere Identität selbst wieder aus, indem wir reflektieren und die Geschichte in unser Selbstbild einbauen.

1.1.7 Stories als Signale

Geschichten sind auch Signale, die interpretiert werden können. Geschichten umfassen hier einen weiteren Sinn: die Architektur, die Anordnung der Büros, die Anzahl der Cafeterias und Orte an denen man sich treffen kann usw. Das alles sind Signale, die etwas über die Organisation vermitteln. Sie erzählen ihre eigene Geschichte.

1.1.8 Stories über die Vergangenheit

Geschichten über die Vergangenheit übermitteln sehr viel Information über uns selbst, über die Arbeitsstelle, über den Betrieb usw. Besonders in Organisationen übermitteln Geschichten was schon gemacht wurde, was gescheitert ist, was die nicht ausgesprochenen Regeln sind usw. Hier wird eine implizite Botschaft vermittelt, die man auch nicht wirklich

explizit machen sollte. Es werden Normen vermittelt und Regeln, wie etwas zu funktionieren hat. Daraus kann man für die Zukunft lernen.

Auch kann man über Geschichten besser verstehen, wie eine Organisation ist, wie ihre Vergangenheit aussieht, weil man aus persönlich geschilderten Geschichten angeregt wird, nachzudenken und leichter seine eigenen Schlüsse ziehen kann, als ohne diese Geschichten oder niedergeschriebene Fakten

1.1.9 Stories über die Zukunft

Wir brauchen Geschichten über die Zukunft. Jeder hat seine Pläne für die Zukunft im Kopf und wir vermitteln sie auch. Würde man ohne diese Geschichten durchs Leben gehen können?

Einige Autoren haben sich genau diese Frage gestellt und versucht, das Geschichtenerzählen auch im wissenschaftlichen Sinn nutzbar zu machen.

Und damit möchte ich jetzt in das Geschichtenerzählen mit wissenschaftlicher Relevanz einsteigen.

1.2 Storytelling - Definition

Laut Wikipedia kann durch Storytelling sowohl explizites als auch implizites Wissen weitergegeben werden. Storytelling meint das Erzählen von Geschichten. Wichtig ist, dass der Zuhörer aktiv zuhört und in die Geschichte eingebunden wird.

„Dadurch wird der Inhalt der Geschichte nicht nur „gehört“, sondern auch „erlebt“.“

(www.wikipedia.org)

Durch dieses „Erleben“ wird das Gehörte eher verstanden und in weiterer Folge auch verfestigt. Als Methode wird Storytelling zum Beispiel in Schulen (vor allem im Sprachunterricht) und in der Wirtschaft (Werbung, Marketing, u.a.) verwendet.

Wie schon gesagt, war die Bedeutung des Geschichtenerzählens jedoch in Zeiten in denen es noch keine theoretischen Abhandlungen darüber gab, schon sehr groß. Die Bedeutung, die die Geschichte schon immer hatte und die auch für die heutige Diskussion über die Verwendung von Geschichten verantwortlich ist, möchte ich jetzt kurz beleuchten.

1.3 Geschichte des Storytellings

Erzählkunst ist einer der ältesten Berufe. Seit der Mensch zu sprechen begann, hat er Geschichten der Tatsache oder Fiktion entsprechend weitergereicht. Jede Kultur hat ihre eigenen Geschichten. Anthropologen, Psychologen, und Historiker glauben, dass Erzählkunst seit dem Anfang unseres Daseins existiert. Sie behaupten, dass Erzählkunst das ist, was unsere Menschheit definiert.

„Menschen haben schon immer aus Geschichten und Erzählungen gelernt, lange bevor es die Schrift gab. Geschichten geben bis heute Wissen und Erfahrungen weiter. So hat sich im Verlauf der Evolutionsgeschichte als eines der stärksten Kommunikationsmittel für Wissensweitergabe das Erzählen herausgebildet, eine Eigenschaft, die alle Kulturen gemeinsam haben.“ (Spath & Foerg, 2006, S. 23)

Ohne die Schrift gab es nur eine Möglichkeit Wissen und Erfahrungen an die kommenden Generationen weiterzugeben, indem man schon den Kindern die Geschichten des Volkes erzählt und diese sie wiederum an ihre Kinder weitergeben. So konnten die Geschichte und die Kultur eines Volkes auch ohne Schrift weitergegeben werden und überleben. Doch weil nie zwei Menschen eine Geschichte gleich erzählen, veränderten sich die Geschichten im Laufe der Zeit. Sie wurden ergänzt und an die jeweilige Zeit angepasst, bis sie eines Tages niedergeschrieben wurden. So entstanden Mythen, Legenden und Volksmärchen (*Frau Hitt*). Oft sollten Geschichten für die Menschen unerklärliches erklären, so mussten für Umweltkatastrophen und Kriege oft grausame Götter herhalten. Geschichten sollten oft aber auch moralische Lehren (moralische Märchen) oder Gesetze verbreiten, die für das Zusammenleben entscheidend waren.

Die älteste überlieferte Geschichte ist die von Gilgamesch, der um ca. 2700 v. Chr. in Mesopotamien gelebt haben soll.

Heute, wo wir nicht nur die Schrift haben, sondern unzählige Medien durch die Wissen vermittelt wird, sind wir nicht mehr auf Geschichten angewiesen. Trotzdem schwören manche Autoren auf dieses Mittel Info weiterzugeben. Denning spricht von Geschichten als wirksamstes Mittel für diesen Zweck. Aber warum?

1.4 Wie wirken Geschichten?

Nicht alle Geschichten wirken. Nach Dennings Erfahrungen wirken sie nur, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

- **Wahrheit**: Nur wenn die Geschichte wahr ist, kann eine Geschichte schlüssig wirken und authentisch vermittelt werden.
- **Kurz und Simpel**: Die Geschichte muss kurz und einfach erzählt werden, dass sich der Zuhörer alles merken und auch verstehen kann.
- **Happy End**: Es hat keinen Sinn zu sagen, dass sich in der Geschichte zum Schluss nichts ändert. Es muss einen positiven Ausgang, eine Art Anstoß geben. Ein Happy End führt zu einem warmen Gefühl (limbisches System), was perfekt für weitere Vorstellungen über die Zukunft ist. Die neue Idee muss positiv besetzt sein und auch vom Hörer positiv weitergedacht werden können, nur so erzielt die Geschichte eine Wirkung.
- **Kontrolle abgeben**: D.h. der Erzähler muss dem Publikum Raum geben sich eigenen Gedanken machen zu können und allein Schlüsse zu ziehen. Vorgegebene Meinungen ohne Reflexion sind nicht dauerhaft wirksam.
- **Der Storyteller selbst muss daran glauben**: Die Geschichte muss mit Gefühl erzählt werden, als würde sie der Erzähler selbst erlebt haben. Nicht nur der Inhalt kommt beim Hörer an, sondern vor allem das Gefühl. Das Gefühl verbindet Hörer und Erzähler und ist die Basis für gemeinsame Aufmerksamkeit.

Manche Gruppen sind natürlich immun, besonders sehr kontrollliebende Personen, die Geschichten nur als nicht analytische, subjektive Erzählungen sehen. Aber genau damit sollte man vorsichtig sein. Natürlich müssen auch Fakten da sein. Aber man kann die HS verwenden, um Menschen einen Zugang zu der Idee zu verschaffen, damit sie in der Idee leben können, sie fühlen können, sodass sie verstehen. Die Macht der Geschichten liegt in der Möglichkeit einen Rahmen für den Inhalt zu bilden, damit wir leichter verstehen. Es fällt uns leichter in den Inhalt einzutauchen und uns Bilder und Vorstellungen zu machen. So beginnen wir schon während dem Erzählen uns Gedanken zu machen und weiterzudenken – im besten Fall unsere eigene Geschichte zu machen. Dann kann man fortfahren und Analysen und Inhalte besser besprechen.

1.5 Vier Grundelemente einer guten Geschichte nach Denning (aus Spath & Foerg, 2006)

Was sollte ein Erzähler können?

- **Die Ausdrucksweise:** Wenn man eine Geschichte erzählt ist es wichtig, dass man kompetent wirkt und gleichzeitig authentisch man selbst bleibt. Man sollte einfach und direkt sein und jedem einzelnen Zuhörer das Gefühl gegen, dass man genau ihn anspricht.

- **Die Echtheit:** Man sollte möglichst ehrlich und transparent erzählen.
„Alle Zuhörer sollen die Geschichte mit etwas Wahrem identifizieren können“ (Spath & Foerg, 2006, S. 43).
Ich möchte das so veranschaulichen: Lernen Sie gerne von jemandem der sie offensichtlich belügt?

- **Die Aufbereitung:** Wenn die Präsentation begonnen hat, ist es zu spät sich darüber Gedanken zu machen, wie man die Geschichte aufbereiten möchte. Welche Medien man einsetzen möchte oder was man genau sagen möchte, sollte man schon im Vorhinein vorbereitet haben.

- **Das Weitergeben:** Noch viel wichtiger als was man sagt ist es wie man etwas sagt- die nonverbale Kommunikation. Es müsste also verständlich sein, dass es auch beim Geschichten erzählen nicht sehr sinnvoll sein kann, bei einer spannenden Stelle, vom Gesichtsausdruck, der Stimmlage oder etwa der Gestik her, zu wirken als würde man im nächsten Moment einschlafen.

2. „Digital Story Telling“

Beim Digital Storytelling geht es wie auch beim Storytelling, um das Vermitteln von Geschichten/ Erfahrungen. Es werden allerdings zusätzlich noch diverse Multimedia Applikationen ergänzt. Multimedial heißt in diesem Zusammenhang nicht nur dass mehrere Medien (Bild, Ton, Text) genutzt und verbunden werden, sondern oft auch, dass der „Zuhörer“ mit der Geschichte interagieren und deren Verlauf beeinflussen kann. Es ist daher bestimmt nicht mehr schwer verständlich, dass frühe Textadventures (MUDs) etwa eine Frühform des Digital Storytelling darstellen. Bei den meisten heutigen Computerspielen stehen die Eckpunkte der Story mehr oder weniger genau fest, aber dazwischen hat der Spieler immer die Möglichkeit selbst Einfluss zu nehmen.

2.1 Anwendungen des Digital Storytelling

Zu den Anwendungen gehören unter anderem:

- Blogs
- Chat
- Computerspiele
- Edutainment
- Infotainment
- Persönliche Geschichten erzählen

Auf die ersten drei Punkte soll in dieser Arbeit nicht näher eingegangen werden, da sie in den Arbeiten unserer Vorredner ausreichend behandelt wurden.

2.1.1 Edutainment

Das Kunstwort **Edutainment** setzt sich aus den englischen Wörtern *education* und *entertainment* zusammen. Laut Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/wiki/Edutainment>) geht es dabei um unterhaltsames Lernen. Das Spielerische soll im Vordergrund stehen und nebenbei lernt man auch noch etwas.

Sucht man im Internet nach Edutainment findet man Seiten wie:

- <http://www.braingame.de/>
BrainGame Publishing, welche diese Seite, dem Anschein nach betreibt, entwickelt und verkauft unter anderem Computerspiele für Kinder. Ihrer Produktkategorien

sind etwa mit „Lern-Adventure“ oder „Lern-Strategie“ betitelt. Ihr Werbeslogan lautet: BrainGame. Intelligenter Spielen.

2.1.2 Infotainment

Bei Infotainment handelt es sich, um ein aus den englischen Wörtern information und entertainment gebildetes Kunstwort (<http://de.wikipedia.org/wiki/Infotainment>).

Der Beschreibung nach klingt Infotainment ähnlich wie Edutainment, aber wenn man Infotainment im Internet sucht, findet man keine Lernprogramme, sondern zum Beispiel Firmen wie

- die **Infotainment AG** (<http://www.infotainment.ch/>), die etwa Laser games oder ganze Produktpräsentationen und Kampagnen originell und kreativ präsentieren.
- **Y-doc** Infotainment im Wartezimmer (<http://www.y-doc.at/>). Diese Firma stellt Flachbildschirme in den Wartezimmern von Ordinationen auf, auf denen die Patienten sowohl die Produkte und Dienstleistungen des Arztes, bei dem sie sich gerade befinden zu sehen bekommen, als auch Werbepräsentationen von anderen Firmen (zum Beispiel: diverse Medikamente).

Dem Anschein nach wird unter Infotainment eher eine Mischung aus Werbung oder Produktpräsentationen und Unterhaltung verstanden.

2.1.3 Persönliche Geschichten erzählen

Das „**Center for Digital Storytelling**“ (<http://storycenter.org/>) bietet Kurse an in denen die Teilnehmer unter Anleitung ihre eigene Geschichte „erzählen“ können. Sie gestalten selbst kurze Videos, die sie mit eigenen Fotos und Bilder illustrieren, in denen es einen Erzähler gibt und die meist mit Musik unterlegt werden. Zwei der Grundsätze dieses Unternehmens sind etwa: Jeder Mensch hat eine interessante Geschichte zu erzählen und Zuhören ist anstrengend.

- Auf <http://www.streetside.org> lassen sich von Kindern erstellte digitale Geschichten ansehen. Diese Videos wurden im Rahmen des Schulunterrichtes als Projekte gestaltet und anscheinend hatten die Schüler so viel Spaß dabei, dass der Notendurchschnitt besser wurde und die Hausaufgaben öfter gemacht wurden.
- **Silence Speaks** (<http://www.silencespeaks.org>): Diese Organisation versucht die Gewalt in unserer Gesellschaft zu bekämpfen, indem sie etwa Überlebenden von

Gewalt in der Familie die Möglichkeit geben, ihre Geschichte zu erzählen. Auch hier gestalten die Beteiligten in Workshops kurze Videos.

2.1.4 Zentrum für Graphische Datenverarbeitung

Um die Anwendungen des Digital Storytellings abzurunden, möchten wir noch kurz auf die Abteilung für Digital Storytelling des Zentrums für graphische Datenverarbeitung in Darmstadt und Rostock eingehen.

Diese erarbeitet "Forschungs- und Entwicklungsdienstleistungen für Storytelling basierte Edutainment Anwendungen" (<http://www.zgdv.de/zgdv/zgdv/departments/z5>).

Auf dieser Homepage findet man die verschiedensten Anwendungsmöglichkeiten von Digital Storytelling, die sich allerdings noch in der Entwicklung befinden.

Man stößt auf Projekte wie:

- **„Virtual Human“:** Dabei wird tatsächlich versucht einen virtuellen Menschen zu programmieren. Dieser soll sowohl mit echten als auch mit anderen virtuellen Menschen kommunizieren können, flexibel auf seine Umwelt reagieren und Emotionen ausdrücken können. Großer Wert wird dabei auf die Glaubwürdigkeit der Charaktere gelegt.
- **„Geist“:** Dieses Projekt gibt es momentan nur in Heidelberg. Dabei kann man sich frei durch Heidelberg bewegen und an bestimmten Stellen wird ein Signal empfangen. Hier werden dann virtuelle Realitätsbrillen aufgesetzt, woraufhin Charaktere aus längst vergangenen Zeiten erscheinen (30 jährige Krieg) und aus ihrer Zeit berichten.
- **„Telebuddy“:** Der mobile Kumpel zum Mitnehmen. „Durch das Projekt »Telebuddy« wurde eine neue Idee vorgestellt, wie Menschen durch Körper am entfernten Ort repräsentiert werden können, durch deren Augen sie sehen, durch deren Ohren sie hören und mit deren Stimme sie sprechen können.“ In einem stofftierähnlichen Wesen soll demnach irgendwann jemand, der vielleicht tausende Kilometer entfernt vor einem Computer sitzt, die Möglichkeit bekommen, mit Ihnen spazieren zu gehen.

3. „Distance learning“

Nach der freien Enzyklopädie „Wikipedia“ (www.wikipedia.de) zufolge besteht eine wesentliche Funktion des „Storytellings“ darin, sowohl explizites als auch implizites Wissen weiterzugeben. In diesem Zusammenhang stellte sich die allgemeine Frage, inwieweit man nun implizites Wissen mithilfe einer speziellen multimedialen Applikation – das Wort „multimedial“ bedeutet in diesem Fall, dass mehrere Medien (Bild, Ton, Text) elektronisch bzw. im Internet verfügbar gemacht werden – übertragen kann: „Distance learning“ stellt hierfür den Oberbegriff dar. Bevor nun im weiteren Verlauf das Phänomen „Distance learning“ näher beleuchtet wird, soll in einem ersten Schritt eine genaue Unterscheidung zwischen explizitem und dem implizitem Wissen getroffen werden.

3.1 Explizites Wissen vs. Implizites Wissen

3.1.1 Explizites Wissen

„Explizites Wissen“ wird „ (...) im Gegensatz zum Begriff Implizites Wissen als eindeutig kodiertes und deshalb mittels Zeichen (Sprache, Schrift) eindeutig kommunizierbares Wissen verstanden“ (www.wissen.de). Aufgrund der kodierten Form kann dieses explizite Wissen durch beliebige Medien gespeichert, verarbeitet und übertragen werden.

3.1.2 Implizites Wissen

„Implizites Wissen oder Stilles Wissen (...) bezeichnet nicht formalisiertes Wissen, also solche Kenntnisse oder Fähigkeiten, die nicht explizit formuliert sind und sich möglicherweise auch nicht erklären, sondern nur zeigen lassen“ (www.wissen.de). Das Problem der Vermittlung von implizitem Wissen liegt vor allem darin, dass der Betreffende das Gekonte nicht verbalisieren, sondern nur zeigen kann. In diesem Zusammenhang wäre das Vermögen, am Fahrrad das Gleichgewicht zu halten, zu nennen.

3.2 „Distance learning“ - Vorbemerkungen

Deutsche Hochschulen bauen seit einigen Jahren ihre Lehrangebote im Internet aus. Überall in Deutschland entstehen virtuelle Seminare, Vorlesungen und virtuelle Labors. Das Ziel scheint die gemeinsame Erstellung des Lehrangebotes von allen Hochschulen zu sein – quasi eine elektronische Alma Mater auf der Mega-Ebene, bei der alles und alle irgendwie vernetzt

sein sollen. Eine Utopie? – sicherlich nicht, denn in den USA gibt es bereits seit Jahren Universitäten, die nur im Netz bestehen (Bsp.: University of Phoenix)

Um uns mit diesem Phänomen näher beschäftigen zu können, setzen wir uns mit dem Buch von Hubert L. Dreyfus mit dem Titel „On the Internet“ aus dem Jahr 2001 auseinander. „On the Internet“ versteht sich als anregende Diskussion mit philosophischem Hintergrund über die möglichen Versprechen und Gefahren des Internets. Der Autor stellt „Distance Learning“ in seinen vielfältigen Facetten dar, lässt es aber nicht aus, seine Grenzen – speziell hinsichtlich der Aneignung von Fertigkeiten – aufzuzeigen.

3.3 Anwendungsmöglichkeiten

Die Möglichkeiten der Anwendung von „distance learning“ scheinen vielseitig zu sein, doch nicht jede Anwendungsmöglichkeit wird sich in der Zukunft durchsetzen können:

So ist beispielsweise die alleinige Aufzeichnung einer Lehrveranstaltung kritisch zu betrachten: Jegliche Interaktion zwischen Lehrer und Schüler fehlt. In der Interaktion wäre der Lehrkörper aber in der Lage zu sehen, dass bestimmte Inhalte bzw. Beispiele bei seinen Schülern ankommen und/oder er bemerkt, dass andere Inhalte bzw. Beispiele in anderer Weise aufbereitet werden müssen. Das Fehlen jeglicher Interaktion könnte auch dazu führen, unabsichtlich konkrete Tatsachen zu verwechseln, die letztendlich von seinen Schülern im Nachhinein falsch aufgefasst werden. Es dürfte demnach nicht verwunderlich sein, dass die Erfolgsaussichten für „Passive Distance Learning“ nur von geringem Ausmaß sein werden.

Mittels „Interactive teleteaching“ kann diese Hürde aber überwunden werden. Unter dem Begriff „teleteaching“ ist „eine Form des Unterrichts zu verstehen, bei der multimediale Inhalte elektronisch beziehungsweise im Internet verfügbar gemacht werden. So können Vorlesungen via Internet live in andere Universitäten übertragen werden“ (www.wikipedia.de). Die zuvor genannte Blockade der Interaktion, die bedingt durch die alleinige Videoaufzeichnung einer Vorlesung entstanden ist, vermag „teleteaching“ zu lösen.

3.4 „Teleteaching“ vs. Lehre im klassischen Sinn

Doch stellt sich hier unabdingbar die Frage, inwieweit man „teleteaching“ mit dem Lehren im herkömmlichen Sinn – sprich in der verkörperten Anwesenheit anderer Lehrveranstaltungsteilnehmer – vergleichen kann. Dreyfus (2001) verweist in diesem

Zusammenhang auf David Blair, Professor von Computer und Informationssystemen an der Universität von Michigan, hin, der hierbei einen subjektiven Vergleich anhand der folgenden Punkte anstellt und diese mit Beispielen füllt:

➤ **Umwelt:**

In einem klassischen „Hörsaalsetting“ sieht der Leiter der Lehrveranstaltung nicht nur, ob eine Student eine Frage äußert, sondern nimmt auch gleichzeitig wahr, ob andere Studenten im Hörsaal auch an dieser Frage interessiert sind. Sollten sich Studenten während einer Vorlesung langweilen, so kann er versuchen, deren Aufmerksamkeitsfokus wiederzuerlangen. Hingegen beim „teleteaching“ scheint diese Art der Kontrolle nicht gewährleistet zu sein. Bedingt durch die nicht vorhandene Kontrolle über die Kameraführung, verfügt der Dozent über keinerlei Möglichkeit die Umwelt um eine Person wahrzunehmen.

➤ **Point of view:**

Dem Lehrveranstaltungsleiter steht es in einer klassischen Vorlesung frei, sich den Studenten zu nähern bzw. auch Distanz wahren zu können. Bedingt durch die Tatsache, eine Vorlesung live nur mittels Kameras übertragen zu können, steht es dem Dozenten in dieser Situation nicht frei, den „point of view“ zu wechseln.

➤ **Augenkontakt:**

Teleteaching verhindert den Augenkontakt über den visuellen Kanal. Möchte man direkt in die Augen seines Gegenübers schauen, so bedeutet dies zwangsläufig, seine Augen in die Kamera zu richten. Man ist also gezwungen entweder in die Kamera zu schauen, um mit einer entsprechenden Zielperson kommunizieren zu können oder man richtet seine Aufmerksamkeit auf den Bildschirm – beides zugleich ist unmöglich.

Neben diesen offensichtlichen Unterschieden führt Dreyfus (2001) noch weitere wesentliche Punkte an: Demnach geht die Wahrnehmung des Kontextes in einer Vorlesung, die sich der Methode des „distance learning“ bedient, verloren. Im Bereich des Lehrens stellt die Stimmung in einem Raum den Kontext dar. Dabei wird unserem Körper eine nicht unwesentliche Rolle zugeschrieben. Er ermöglicht es uns erst, uns auf die Stimmung einzulassen. Dreyfus (2001) fügt in diesem Zusammenhang ein eindrucksvolles Beispiel an: „ (...) if you were a telespectator at a party, would you be able to share the mood? (S. 60)“ und er verdeutlicht: “ (...) if you are present at a party, it is hard to resist sharing the elation or

depression of the occasion (S. 60)”. Bis dato ist es nicht gelungen, ein Telekommunikationsgerät zu entwickeln, welches die Wahrnehmung dieser Stimmung ebenso hervorrufen könnte.

Ein weiterer Punkt zur Differenzierung stellen subtile Interaktionen dar: Erfahrene Professoren sind demnach zu jedem Zeitpunkt in der Lage unbewusst und angemessen auf die Erwidern seiner Zuhörer zu reagieren und können dadurch auch die Stimmung kontrollieren sowie intensivieren. Dabei darf der „Fokus“ nicht außer Acht gelassen werden:

- Beispiel **„Theater vs. Film“**: Ein Theaterbesucher kann zu jedem Zeitpunkt frei wählen, auf welchen Akteur er sich konzentrieren möchte. Er ist aktiv in das Geschehen involviert und steuert dazu bei, dass die betreffende Person das Gefühl hat, in der gleichen Welt wie der Darsteller anwesend zu sein.

Zöge man diesen Vergleich bis ins Extreme, so könnte folgende Frage durchaus seine Berechtigung finden: Könnte es einem Professor bei hinreichendem Training gelingen, das Feedback der Kameras und Mikrophone zu nutzen, um entfernte Studenten in die Vorlesung einzubringen, ohne direktem Eingriff in die Stimmung des entfernten Raumes? A priori kann dies sicherlich nicht ausgeschlossen werden, jedoch zeigt der bereits dargestellte Vergleich, dass – bis jetzt – ein „teleteacher“ nicht den gleich starken Effekt erzielen kann wie ein erfahrener und qualifizierter Professor, der mit seinen Studenten im selbem Raum anwesend ist.

3.5 „Distance learning“ als Möglichkeit der Vermittlung von implizitem Wissen?

Abgesehen von den zuvor dargestellten Unterschieden, lässt sich die Frage aber nicht abwenden, ob es prinzipiell möglich ist, **„implizites Wissen“ mittels „teleteaching“ zu vermitteln**. Die Rolle eines Lehrenden besteht u.a. darin, dem Auszubildenden die Möglichkeit zu geben, eine Theorie auf ein Arbeitsgebiet in der realen Welt anzuwenden. Um dies zu ermöglichen könnte man theoretisch den Lehrer bei seiner Arbeit aufnehmen und sein Bild den „Tele-Auszubildenden“ übermitteln. Dreyfus (2001) geht auf dieses fiktive Szenario ein und geht der Frage nach, ob die „Tele-Auszubildenden“ durch diese Methode Verluste erleiden oder nicht. Geht es beispielsweise um einen mit Kamera und Mikrophon ausgestatteten Doktor, welchem die „Tele-Assistenzärzte“ nun genau zuhören und zuschauen können, so stellt sich heraus, dass diese neue Generation der durchaus Verluste erleiden werden. Es handelt sich hierbei um Verluste hinsichtlich des Kontextes: Der Vorteil bedingt durch die bessere Sicht und den Aufmerksamkeitsfokus des jeweiligen Arztes wird schnell

durch die nicht vorhandene Wahrnehmung der ganzen Situation in den Hintergrund gedrängt. Die Wahrnehmung der gesamten Situation determiniert nämlich die Richtung der Aufmerksamkeit des Arztes. „Tele-Assistenzärzte“ können zwar mittels der Kamera genau sehen, welche Besonderheiten des Patienten der Arzt fokussiert, aber es fehlt ihnen der wichtige Hintergrund. Demnach umschreibt Dreyfus (2001) einen „Tele-Assistenzarzt“ auch als „... prisoner of the doctor’s attention setting“ (S. 64). Dieses Hindernis könnte aber überwunden werden, indem beispielsweise die „Tele-Assistenzärzte“ auf einem „split-screen“ einerseits den Blick des Arztes und auf der anderen Seite eine bestimmte Szene der Krankenhausumgebung – sprich den Hintergrund – verfolgen können. Dieser Zusatzinformation zufolge können die „Tele-Assistenzärzte“ also auch erkennen, welche Besonderheiten der gesamten Szene es sind, die die Aufmerksamkeit des Arztes determiniert haben, sich auf ein bestimmtes Detail bei seinem Patienten zu konzentrieren. Das Problem hierbei steckt aber wiederum in einem entscheidendem Detail: Der dargestellte Ansatz geht davon aus, dass „Tele-Assistenzärzte“ im Prinzip zwei voneinander unabhängige Informationsquellen zur Verfügung gestellt bekommen: einmal die weitgerichtete Sicht einer uninterpretierten Situation und zum anderen eine Nahaufnahme bestimmter Details, auf die sich der Arzt speziell konzentriert. Ein Arzt ist aber aktuell in eine Situation involviert und ein erfahrener Diagnostiker hat gelernt, eine bereits interpretierte Situation zu sehen, in der spontan einige Merkmale und Aspekte sich als bedeutungsvoll für ihn herausstellen. Trotzdem der Assistenzarzt möglicherweise die Korrelation zwischen einer uninterpretierten Szene auf der einen Hälfte des Bildschirms und die relevanten Merkmale auf dem anderen Hälfte sieht, dürfte er dennoch nicht in der Lage sein, sich ein physiognomisches Verständnis anzueignen. In diesem Zusammenhang spielt nämlich das „Involviert-sein“ eine wesentliche Rolle: Die bisherige Technologie verhindert nämlich das körperliche „Involviert-sein“ in einer risikoreichen und realen Umwelt, in der der Assistenzarzt für sich die Szene interpretieren muss und aus seinen Fehlern lernen muss. Ist der besagte Assistenzarzt in dieser Art und Weise involviert, so ändert sich mit jedem Erfolg und Misserfolg die gesamte Organisation seines Hintergrundes. Dies führt letztendlich dazu, dass sich in der Zukunft im Vergleich zu früher ein anderer Aspekt als signifikant herausstellt.

Auch die Justierung einer Kamera an genau jenen Ort, wo der verkörperte Auszubildende normalerweise steht, würde ihn letztendlich kompetenter erscheinen. Jedoch zeichnet sich eine jede Situation durch ihr Risiko und ihre Reichhaltigkeit an Wahrnehmung aus, sodass es dem „Tele-Assistenzarzt“ wiederum an Erfahrung fehlen würde.

Insgesamt lässt sich also festhalten, dass die Anwendungsmöglichkeiten von „Teleteaching“ durchaus vielfältig sind. „Distance Learning“ erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Jedoch konnte Dreyfus (2001) in eindrucksvoller Weise auch die Grenzen des interaktiven Lehrens aufdecken. Das Erreichen des Expertenstadiums im Cyberspace kann bis dato mittels „teletaching“ nicht erreicht werden.

4. Literaturverzeichnis

Brown, J. S. (2004). *Storytelling in organizations: why storytelling is transforming 21st century organizations and management*. Burlington, Mass. [u.a.]: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Dreyfus, H. (2001). *On the Internet*. Routledge.

Spath, C. & Foerg B. G. (2006). *Storytelling & Marketing*. Wien: echomedia verlag ges.m.b.h. und Österreichische Marketing-Gesellschaft.

Internetquellen:

Digital Storytelling:

http://dmt.fh-joanneum.at/kd3/mm/pdf/da/da_jg99_klemens_franz.pdf (Stand: 13.1.2007)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Edutainment> (Stand: 13.1.2007)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Infotainment> (Stand: 13.1.2007)

http://de.wikipedia.org/wiki/Storytelling_%28Methode%29 (Stand: 13.1.2007)

http://de.wikipedia.org/wiki/Implizites_Wissen (Stand: 13.1.2007)

http://de.wikipedia.org/wiki/Explizites_Wissen (Stand: 13.1.2007)

<http://www.braingame.de/> (Stand: 13.1.2007)

<http://www.infotainment.ch/> (Stand: 13.1.2007)

<http://www.y-doc.at/> (Stand: 13.1.2007)

<http://storycenter.org/> (Stand: 13.1.2007)

<http://www.streetside.org> (Stand: 13.1.2007)

<http://silencespeaks.org> (Stand: 13.1.2007)

<http://www.zgdv.de/> (Stand: 13.1.2007)

Distance Learning:

http://de.wikipedia.org/wiki/Explizites_Wissen (Stand: 13.1.2007)

[http://de.wikipedia.org/wiki/Implizites Wissen](http://de.wikipedia.org/wiki/Implizites_Wissen) (Stand: 13.1.2007)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Teleteaching> (Stand: 13.1 2007)

<http://video.tu-clausthal.de/> (Stand: 13.1.2007)