

Cyber-Ego

Persönliche Homepages von (Kultur-)WissenschaftlerInnen: Vorstellung – Darstellung –
Schaustellung

Gudrun Hopf

Hintergründe¹

Was würden Sie von jemandem halten, der seine banalsten Gedanken nicht nur schriftlich festhält, sondern auch noch veröffentlicht? Vermutlich nicht allzu viel. In der Regel pflegen wir ja zu einem bestimmten Zweck zu schreiben und nicht etwa, weil wir des Schreibens kundig sind und über Papier und Bleistift verfügen. Nicht so im World Wide Web: Es gibt unzählige private Homepages, die keinem anderen Zweck dienen als dem, zu demonstrieren, dass ihre SchöpferInnen in der Lage sind, Webseiten zu erstellen. Sie haben nichts mitzuteilen. Die Inhalte ihrer Seiten sind nichts sagend, trivial und irrelevant. Publizieren im Internet ist so einfach, dass die AutorInnen von Webseiten sich der Tatsache, dass sie publizieren, oft gar nicht bewusst werden. Sie schreiben und gestalten zum eigenen Vergnügen, ohne an mögliche RezipientInnen zu denken.

WissenschaftlerInnen tendieren für gewöhnlich nicht dazu, inhaltsleere Seiten zu produzieren, und das Geschäft des Publizierens ist ihnen vertraut. Sie sind jedoch daran gewöhnt, sich an ein Fachpublikum zu richten, nicht an eine breitere Öffentlichkeit. Ansprechende Form und gute Lesbarkeit sind keine relevanten Kriterien für die wissenschaftliche Textproduktion, noch viel weniger für die akademische Selbstdarstellung. Überdies sind im Wissenschaftsbetrieb Texte, sobald sie publiziert sind, abgeschlossene Produkte. Die traditionellen Schreib- und Publikationsbedingungen von WissenschaftlerInnen unterscheiden sich damit grundlegend von den Bedingungen des Publizierens im Internet.

Ausgangsbasis

Dieser Beitrag ist nicht das Ergebnis einer wissenschaftlichen Studie, sondern eine Synthese praktischer Erfahrungen mit theoretischen Überlegungen. Vor wenigen Jahren habe ich begonnen, mich mit der Gestaltung von Webseiten zu beschäftigen. Am Beginn stand die Überlegung des Teams des „Arbeitsbereichs Historische Anthropologie“, dass eine regelmäßige Betreuung unserer (existierenden) Homepage notwendig sei.² Ich erwarb deshalb einige Grundkenntnisse, um diese Aufgabe übernehmen zu können. Der nächste Schritt war meine Mitarbeit an der Konzeption einer Homepage für eine neu gegründete Institutsabteilung.³ Seit Dezember 2002 betreibe ich eine eigene Homepage.⁴

Meine theoretischen Überlegungen stützen sich unter anderem auf Diskussionen mit zwei KollegInnen beim „Arbeitsbereich Historische Anthropologie“, Gert Dressel und Nikola Langreiter, die sich in ihrer Forschungsarbeit unter anderem mit Fragen der Selbstdarstellung von (Kultur-)WissenschaftlerInnen auseinandergesetzt haben.⁵

¹Dieser Beitrag beruht auf einem Vortrag, der am 6. Österreichischen Zeitgeschichtetag in Salzburg „kunst – kommunikation – macht“ vom 28. 9. - 1. 10. 2003 gehalten wurde. Die Endfassung des Textes wird im Tagungsband im Studienverlag Innsbruck erscheinen.

²Arbeitsbereich Historische Anthropologie am Institut für Interdisziplinäre Forschung (IFF), Wien; die damalige Homepage existiert nicht mehr.

³Abteilung Kultur- und Wissenschaftsanalyse am Institut für Interdisziplinäre Forschung (IFF), Wien, Homepage: <<http://www.iff.ac.at/kwa/>>.

⁴<<http://mailbox.univie.ac.at/gudrun.hopf/>>. Diese Adresse wird sich voraussichtlich in absehbarer Zeit ändern; ein permanenter Zugang ist unter <<http://www.gudrun.hopf.at.tf>> gewährleistet.

⁵Vgl. etwa Gert Dressel/Nikola Langreiter, Ist der Rand das Zentrum? „KulturwissenschaftlerInnen“ positionieren sich, in: *Historische Anthropologie* 10 (2002) 1, 134-144.

Allgemeiner Befund

Die Entwicklung des Internets ist in den letzten Jahren rasant vorangeschritten. Es ist mittlerweile zu einem wichtigen Bestandteil des Wissenschaftsbetriebs geworden. Wir kommunizieren per E-Mail und recherchieren im Internet, als hätten wir nie etwas anderes getan. In naher Zukunft wird die eigene Webpräsenz ebenso zum Standard gehören wie schon jetzt die eigene E-Mail-Adresse. Diese Entwicklung findet freilich nicht in einem isolierten akademischen Feld statt, sondern in der Gesellschaft insgesamt. Die Nutzung des Webs wird immer mehr zu einer zentralen Kulturtechnik.

Das Erlernen dieser Kulturtechnik beschränkte sich bisher überwiegend auf deren technische Beherrschung. Regeln und Konventionen beginnen sich erst zu entwickeln. Ähnlich wie in der neuen Rechtschreibung führt das zu Irritationen. Allerdings kann man, was die Rechtschreibung betrifft, jederzeit den Duden zu Rate ziehen. Bei der korrekten digitalen Kommunikation muss man sich dagegen weitgehend auf das eigene Gefühl verlassen, da es (noch) keinen Mainstream gibt, an dem man sich orientieren könnte.

Die eigene Homepage ist eine Chance, in der Scientific Community wahrgenommen zu werden. In besonderem Maß gilt das für jüngere, noch nicht etablierte WissenschaftlerInnen. Diese Chance birgt aber zugleich auch ein Risiko: Wer sich auf unkonventionelle Weise präsentiert, läuft Gefahr, unangenehm aufzufallen.

Ergebnisse und Erkenntnisse

Ich habe einige Webpräsenzen von Kolleginnen und Kollegen betrachtet,⁶ meine Eindrücke und Überlegungen festgehalten und versucht, sie zu systematisieren. Es gibt offenkundig drei Typen von Vorbildern, die die Konzeption und Gestaltung persönlicher Homepages von WissenschaftlerInnen beeinflussen:

- die klassische wissenschaftliche Information in reiner Textform aus der „Urzeit“ des Internets,
- die Webauftritte wissenschaftlicher Institutionen, insbesondere deren Präsentation von MitarbeiterInnen,
- individuell gestaltete Webpräsenzen von Privatpersonen.

Vorbilder und Orientierungen

WissenschaftlerInnen waren die Ersten, die das World Wide Web nützten, und zwar ursprünglich als reines Informationsmedium. Der wissenschaftliche Informationsaustausch via Internet ist viel älter als das World Wide Web, das erst seit 1991 existiert.⁷ Seit einigen Jahren gehört es für Universitäts- und Forschungsinstitute zum Standard, eigene Homepages zu betreiben, auf denen die Institute selbst, ihre Arbeit und ihre MitarbeiterInnen vorgestellt werden.

Homepages von Privatpersonen haben seit der Anfangszeit des World Wide Web eine Entwicklung durchgemacht. WebworkerInnen sprechen heute von persönlichen Homepages der dritten Generation: Auf die puristischen Seiten von WissenschaftlerInnen in den „Kindertagen“ des Webs folgten etwa um die Mitte der 1990er Jahre verspielte, bunte Seiten von Hobby-GestalterInnen. „Dabei sein war alles, an konkreten Nutzen dachte kaum jemand.“ Viele dieser Projekte hatten keinen anderen Inhalt außer der Nachricht: „Ich bin im Netz, also existiere ich!“ In den letzten Jahren ist die persönliche Webpräsenz kein spleenig-avantgardistisches Hobby mehr, sondern wird für viele aus beruflich-geschäftlichen Gründen zum „Muss“. Damit entstand eine dritte Generation persönlicher Homepages, deren Inhalt und Zweck die Präsentation der Aktivitäten ihrer VerfasserInnen ist.⁸

⁶Einen unvollständigen Überblick gibt die Link-Rubrik auf meiner Homepage (siehe Anmerkung 4).

⁷Vgl. World Wide Web Consortium, A little History of the World Wide Web from 1945 to 1995, online zugänglich unter: <<http://www.w3.org/History.html>> [Zugriffsdatum: 25.10.2003].

⁸Claudia Klinger, Selbstdarstellung im Netz in der dritten Generation: Das Web und das ICH – über die persönliche Homepage, in: *Webwriting-Magazin* 02/2001, online zugänglich unter: <<http://www.webwriting.de/>> [Zugriffsdatum: 25.10.2003].

Bei diesen persönlichen Homepages der dritten Generation ist in formaler Hinsicht eine starke Tendenz zu einer möglichst perfekten Gestaltung zu beobachten. Im inhaltlichen Bereich ist hier eine Kultur der individuellen Selbstdarstellung im Begriff, sich zu entwickeln.

Persönliche Homepages von WissenschaftlerInnen orientieren sich häufig an der Frühzeit des World Wide Web, das heißt an persönlichen Homepages der ersten und zweiten Generation – entweder, weil sie schon seit längerer Zeit existieren, oder weil sie sich ältere Webpräsenzen von WissenschaftlerInnen zum Vorbild nehmen. Andere sind den MitarbeiterInnenseiten von Universitätsinstituten nachempfunden und präsentieren sich als Visitenkarte, Projektinformation und akademischer Lebenslauf ohne „Schnickschnack“ und ohne individuelle, persönliche Komponenten.

Für WissenschaftlerInnen ist das Schreiben mit „persönlichem Touch“ eine große Herausforderung, insbesondere die persönliche und individuelle Form des Schreibens oder Sprechens über sich selbst. Es ist eine Erfahrung, die man im Wissenschaftsbetrieb bislang in der Regel erst in höherem Alter machte. Ebenso groß ist die Herausforderung, allgemein verständliche Texte für einen breiteren Kreis von LeserInnen zu produzieren.

Darstellungsformen

Im Versuch einer Systematisierung der persönlichen Webpräsenzen von WissenschaftlerInnen haben sich drei Kategorien der Darstellungsform herauskristallisiert, die jeweils eine Skala von Einstufungen zwischen zwei Extremen beinhalten: Informationstypus, Sprachstil und ästhetische Gestaltung.

a) Informationstypus

Der Informationstypus von WissenschaftlerInnen-Homepages bewegt sich einerseits zwischen akademischem Standard und individueller Gestaltung, andererseits zwischen personenorientierter und sachorientierter Information. So ist der auf einer Homepage präsentierte akademische Lebenslauf dem Typus „akademische Personeninformation“ zuzuordnen, während beispielsweise die Präsentation eigener Gedichte den Extremfall einer „individuellen Sachinformation“ darstellen würde. Wissenschaftliche Texte werden nur selten auf der eigenen Homepage präsentiert. Ein entscheidender Grund dafür sind Copyright-Bestimmungen, die es AutorInnen nicht erlauben, ihre bereits veröffentlichten Texte wiederzugeben. Unveröffentlichtes präsentiert man deshalb nicht, weil das einer späteren höherwertigen Veröffentlichung im Weg stehen würde. Locker-leichte Präsentationen von Themen, die mit der eigenen wissenschaftlichen Arbeit nicht oder nur am Rande zusammenhängen, finden gelegentlich ihren Platz. Was in der Regel gänzlich fehlt, sind allgemein verständliche, knappe Informationen über die eigene wissenschaftliche Arbeit. Das größte Problem ist die Frage: Wie viel Persönliches braucht bzw. verträgt eine Homepage? Mit anderen Worten, wie viel muss ich preisgeben, weil meine LeserInnen es erwarten, und wie viel kann ich preisgeben, ohne mich zu stark zu exponieren oder gar „unseriös“ zu erscheinen?

b) Sprachstil

Die Präsentation im Internet erfordert einen anderen Stil als eine wissenschaftliche Abhandlung. Der Text muss kurz, informativ und allgemein verständlich sein. Dieser Anforderung werden vor allem jene Webpräsenzen gerecht, die sich auf knappe Informationen in der Art einer Visitenkarte beschränken. Für eine persönliche Homepage im Sinne des Wortes ist das freilich zu wenig. Die Orientierung an Institutsseiten, die hinter solchen Selbstpräsentationen steht, empfiehlt sich auch aus einem anderen Grund nicht: Internetauftritte von wissenschaftlichen Institutionen zeichnen sich bisher durchwegs dadurch aus, dass sie auf die besonderen Anforderungen der Web-Präsentation kaum Rücksicht nehmen. Die Texte sind zu lang und sprachlich zu komplex für einen erfolgreichen Webauftritt.

Was wissenschaftliche Websites meist außer Acht lassen, ist, dass das Lesen am Bildschirm einer eigenen Logik folgt. Zum einen werden Texte eher überflogen („gescannt“) als ausführlich gelesen.

Dem kommt die journalistische Form des Textaufbaus entgegen: Das Wichtigste zuerst.⁹ Außerdem ist Lesen am Bildschirm wesentlich anstrengender als auf Papier. LeserInnen, die daran gewöhnt sind, ihre eigenen Texte in der Produktionsphase wiederholt am Bildschirm zu lesen, mögen sich dessen nicht bewusst sein, es trifft aber dennoch zu. Texte, die für die Publikation im Web bestimmt sind, bedürfen deshalb einer speziellen Aufbereitung: Die Sprache soll wenig komplex und der Text gut gegliedert sein, das heißt: kurze Sätze und Absätze, Gliederungspunkte, wo immer es geht, es dürfen und sollen Schlagworte verwendet werden – alles Dinge, die in wissenschaftlichen Texten meist eher fehl am Platz sind.

c) Ästhetisch-formale Gestaltung

Auf die ästhetische Gestaltung von Texten wird im Wissenschaftsbereich generell wenig Wert gelegt. Oft besteht der Verdacht, dass gestalterische Elemente inhaltliche Schwächen überdecken sollen. Dieser Verdacht ist bisweilen gerechtfertigt, auch im Bereich der Webgestaltung. Die ästhetische Gestaltung von Webseiten ist in relativ hohem Maß von den technischen Fähigkeiten des Gestalters/der Gestalterin geprägt. Nicht selten äußert sich hier Nicht-Können in übertriebenem technischem Aufwand, der den notwendigen Funktionen einer Site nicht gerecht wird. Davon heben sich Seiten von WissenschaftlerInnen in der Regel wohltuend ab, indem sie auf technische Feinheiten entweder gänzlich verzichten oder sie nur in bescheidenem Maß und funktional einsetzen.

Ein gewisses Maß an grundlegender ästhetisch-formaler Gestaltung ist aber für die Präsentation im Internet unverzichtbar. Es kommt nicht nur darauf an, Texte webgerecht zu formulieren. Für die Lektüre am Bildschirm ist es auch wichtig, dass die Schrift gut lesbar und der Text insgesamt optisch gut aufbereitet ist. Längere Texte am Bildschirm zu lesen ist den meisten NutzerInnen kaum möglich. Deshalb ist es wichtig, dass solche Texte problemlos ausgedruckt werden können. Viele „schön“ gestaltete Webseiten tragen gerade dieser Anforderung nicht Rechnung: Hintergrundgrafiken werden mit gedruckt, Texte werden seitlich abgeschnitten und Ähnliches mehr. Wo technische Kenntnisse fehlen, ist bei rein informativen Seiten also wohl der Nicht-Gestaltung der Vorzug zu geben – immerhin können nicht gestaltete Seiten problemlos gedruckt werden.

Resümee

Das World Wide Web ist ein Ort der wissenschaftlichen Präsentation und Selbstpräsentation geworden, dessen Bedeutung in Zukunft voraussichtlich noch wachsen wird. Das neue Medium verlangt nach neuen Formen. Bisherige Formen wissenschaftlicher Textproduktion werden damit in Frage gestellt.

Eine risikoarme Variante der Selbstpräsentation im Internet ist die Orientierung an klassischen Mustern, das heißt vor allem an MitarbeiterInnenseiten von Universitäts- und Forschungsinstituten. Zunehmend sind aber Phantasie und Mut zu neuen Formen gefordert.

⁹Zu diesem Thema, das im Web unter dem Stichwort „usability“ läuft, vgl. insbesondere die Website von Jakob Nielsen: <<http://www.useit.com/>>.