Kommen Sie bald wieder!

Nachhaltigkeit durch Nutzerpartizipation in digitalen Medien

Formuliertes Handout



Aufbau des Vortrages

- Begriffsbestimmung
 Nutzerpartizipation und Nachhaltigkeit
- Nutzerpartizipation in der Anwendung
- Implikationen f
 ür den Einsatz im Museum



Ziele

- Bericht aus der Forschung
- Darstellung eines Problemfeldes
- Keine universelle Lösung sondern eine Lösungsmöglichkeit
- Anregung für zukünftige Projekte
- Gelegenheit zur Diskussion



Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit?

- Begriff geprägt durch Hanns von Carlowitz entstammt ursprünglich aus der Forstwirtschaft
- Kontrovers und unterschiedlich definiertes Konzept
- In diesem Kontext ein System, das eine auf die Zukunft ausgerichtete Entwicklung ermöglicht

Eine zukunftsfähige Entwicklung ist ein Prozess der Veränderung, in dem die Nutzung der Ressourcen, die Struktur der Investitionen, die Orientierung des technischen Fortschritts und die institutionellen Strukturen konsistent gemacht werden mit den zukünftigen und den gegenwärtigen Bedürfnissen

Definition der Brundtland-Kommision



Nachhaltigkeit und digitale Medien

Ermöglichen digitale Medien eine auf die Zukunft ausgerichtete Weiterentwicklung?

- Kann das Angebot ein kontinuierliches Interesse bei den Benutzer auslösen? Wie können sich verändernde Zielgruppen erschlossen werden?
- Können neue Zielgruppen durch das Angebot erschlossen werden?
- Kann das Angebot einen hohen Grad an Involvement bei den Nutzern hervorrufen?

Im Kontext des Museums

- Wie k\u00f6nnen digitale Medien Besucher zum erneuten Besuch anregen?
- Wie werden neue Zielgruppen durch digitale Medien erschlossen?
- Wie k\u00f6nnen digitale Medien die Auseinandersetzung mit einem Thema forcieren?
- Sind ausreichende personelle und materielle Ressourcen zur Erfüllung dieser Ziele vorhanden?



Nutzerpartizipation I

Verwandte Begriffe

- Nutzerpartizipation
- User created content
- Prosumer
- Social Media
- Folksonomie
- ...

Nutzerpartizipation

Arbeitsbegriff

Produktive Einbindung von Nutzer in den Produktionsprozess digitaler Medien

Grenzen der Begriffswahl

- Die Einbeziehung von Nutzern in die Distribution wird im Folgenden nicht mit einbezogen
- Ebenso wenig die Entwicklung neuer Unternehmen durch sich professionalisierende Prosumer

Potential

- Ermöglicht neue Arten von Anwendungen
- Kann die Nachhaltigkeit digitaler Medien erhöhen
- Ist auf theoretischer Ebene bislang nur wenig erschlossen



Nutzerpartizipation II

Gründe und Ursachen

- Verbreitung von Computertechnologie im alltäglichen Leben
- Entwicklung leistungsfähiger Werkzeuge
- Vermittlung des relevanten Know-how zur Nutzung dieser Werkzeuge
- Soziale Einbettung und Verwendung von Computertechnologie

Charakteristiken

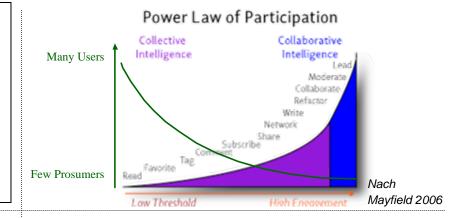
- Inhaltliche und technische Möglichkeiten werden zugunsten eines "good enough" ausgehandelt
- Eher Prozess als Projektcharakter
- Basiert häufig auf modularisierbaren medialen Inhalten
- Ist vielfältig und findet auf unterschiedlichen Ebenen statt
- Art und Qualität der Inhalte ergibt sich aus diesen Charakteristiken und den damit verbundenen Ansprüchen



Nutzerpartizipation III

Ebenen der Einbindung

- In Form von Aktionen durch Interaktion mit dem Angebot
- Durch minimal aufwendige Publikation
- Durch (kooperative) Publikation aufwendiger Inhalte
- These: Aufwand der Publikation und Anzahl der Nutzer stehen in einem reziproken Verhältnis



Analytischer Ausgangspunkt

Schaffung von Nachhaltigkeit in digitalen Medien durch

- Produktion neuer Inhalte
- Ansprechen neuer Zielgruppen
- Steigerung des Involvement

Beispiele für Nutzerpartizipation

- Der iTunesMusicStore von Apple
- current.tv



iTunesMusicStore

iTumesMusicStore von Apple

- Bestandteil des Systems
 - iPod
 - iTunes
 - iTunesMusicStore
- Integration von Nutzern auf unterschiedlichen Ebenen
- Redundante Einbindung Nutzerpartizipation ersetzt nicht vollständig eine redaktionelle Aufbereitung





iTunesMusicStore: Nutzerpartizipation

Passiv

- Quantitative Metadaten Top - Listen
- Qualitative Metadaten Hörer kauften auch

Aktiv

- Rezensionen
- iMix





iTunesMusicStore von Apple: iMix

iMix

Vereinfachte Publikation durch Einbeziehung anderer Bestandteile des Systems (iTunes)





iTunesMusicStore von Apple: Podcasting

Podcasting

- Einbindung als Distributionsplattform
- Produktion auf Tools ausgelagert, die nah an das Betriebssystem angeschlossen sind und von Apple entwickelt werden (iLife, GarageBand, iMovie)





iTunesMusicStore: Zusammenfassung

Ziel

Verkauf von Geräten – Hardware – und medialen Inhalten

Vorgehen

Individueller und differenzierter Zugang zu einer Datenbank mit Medienobjekten

Eigenschaften

- Produktion von Inhalten
 - Passiv
 - Aktiv
- · Redaktionelle Betreuung
- Geringer Grad von Involvement da keine direkte Unterstützung von Communities im iTMS selbst
- Produktion auf externe Tools ausgelagert



Vergleichbare Anwendungen

In Teilbereichen

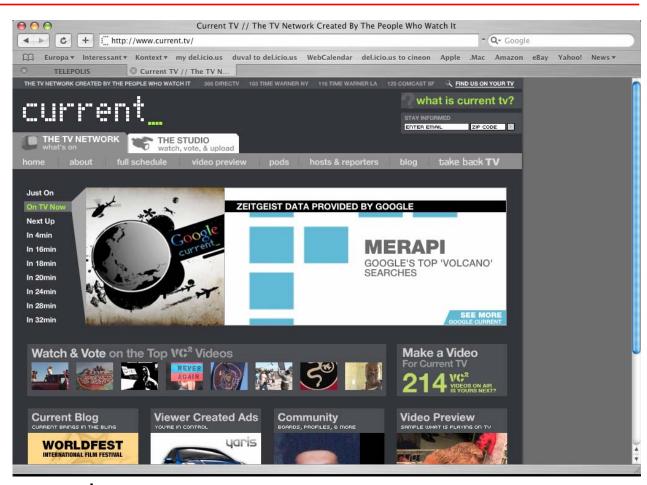
- Amazon
- eBay



current.tv

Current.tv

- Fernsehsender im amerikanischen Kabenetz
- Leitmotiv:
 Die Sendungen werden von den Zuschauern produziert

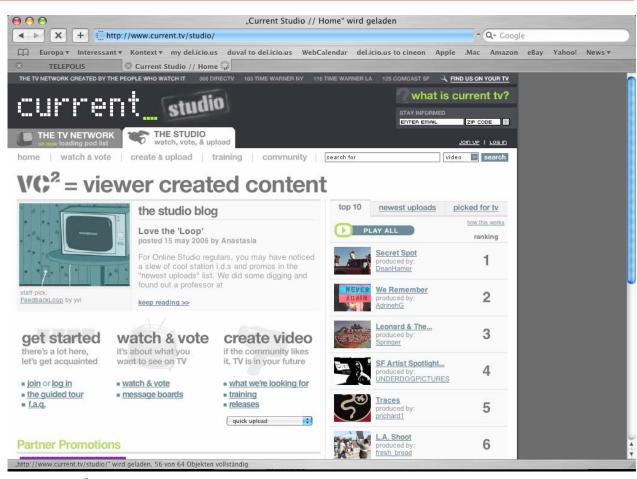




current.tv: VCC

VCC

- VCC Viewer created content
- WebSite gliedert sich in verschiedene Bereiche zur Produktion und Förderung von **Produktion**

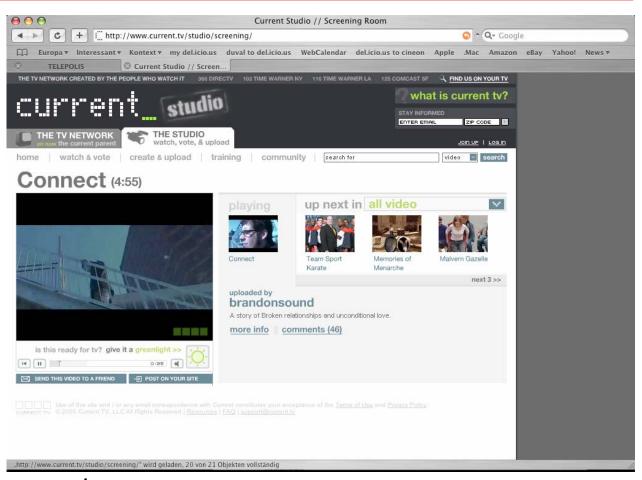




current.tv: "Redaktion"

Watch&vote

- Eingereichte Beiträge werden von Zuschauern bewertet
- Benefit
 - Inhalte werden von der Zielgruppe selbst bewertet
 - Bewertung hat nur indirekten Einfluss auf die tatsächliche Ausstrahlung

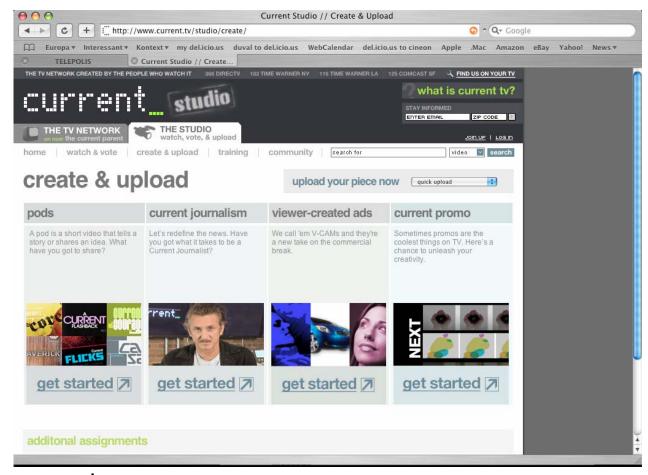




current.tv: Formate

Formate

- Unterschiedliche Kern-Formate
- Integration von Uploadmöglichkeiten

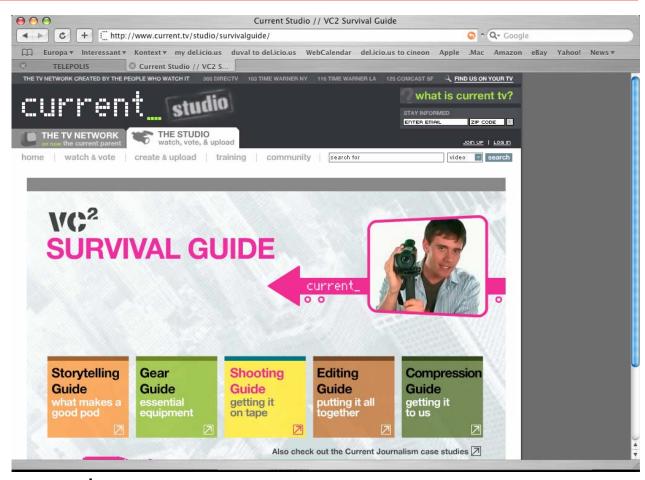




current.tv: Know-how

Know-how

- Ausbau und Vermittlung von relevantem Knowhow
- In dieser Form sehr aufwendig und ausführlich

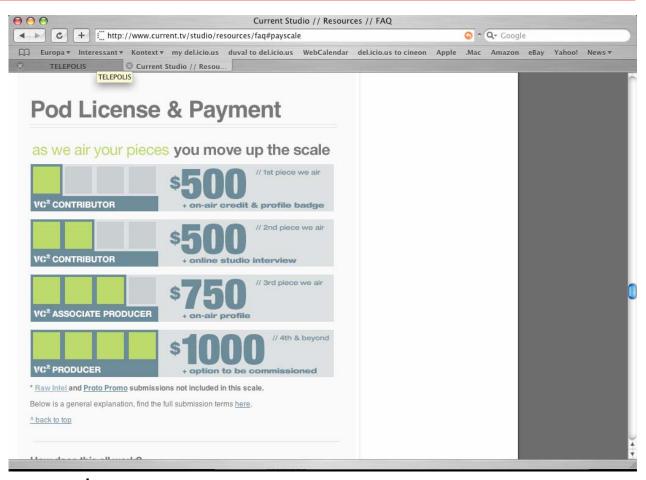




current.tv: Vergütung

Gestaffelte Vergütung

Mehrfach gestaffelte Vergütung mit monetären und nicht monetären Anreizen

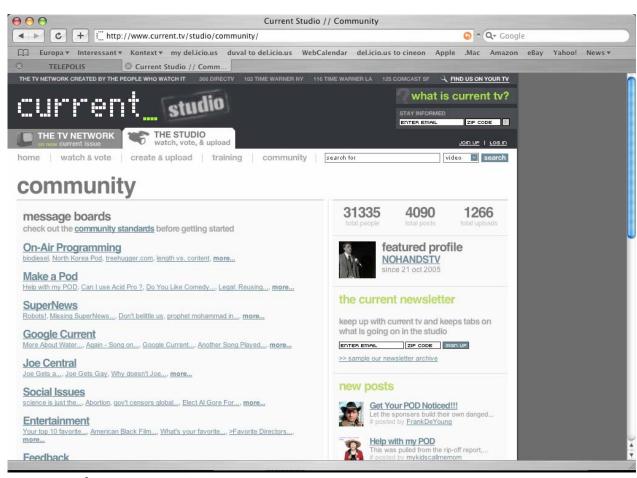




current.tv: Community Funktion

Current.tv

- Fernsehsender im amerikanischen Kabenetz
- Leitmotiv:
 Die Sendungen werden von den Zuschauern produziert

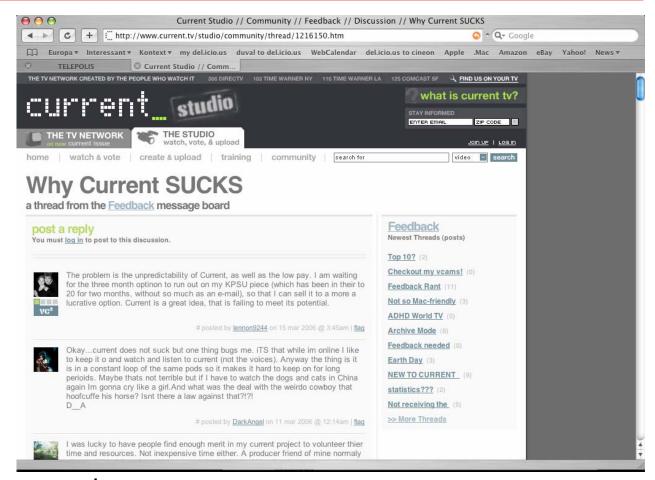




current.tv: Konflikt-Potential

Communities & Konflikte

Eine Community kann sich als Machtfaktor neben dem Unternehmen und seinen Zielen etablieren





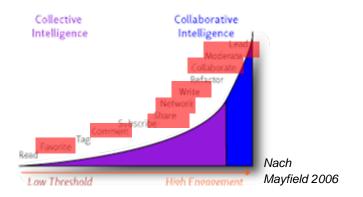
current.tv: Zusammenfassung

Ziel

Produktion von Inhalten für den Fernsehsender

Vorgehen

Schaffung einer Community mit hohem Grad an Involvement



Eigenschaften

- Sehr aktive und umfangreiche Einbeziehung der Nutzer
 - Produktion komplexer Inhalte durch die Nutzer
 - Redaktionelle Filterung durch Nutzer
- Vergütungsmodell
- Konfliktpotential zwischen Community und Unternehmen

Vergleichbare Anwendungen

In Teilbereichen

Youtube.com



Implikationen

Beurteilung

- Möglich und sinnvoll
- Nutzerpartizipation kann Nachhaltigkeit digitaler Medien erhöhen
- Potentiell relevanter Weg für die Entwicklung digitaler Medien im Kontext der Museumsanwendung

Bedingungen

- Vielfältige Art der Einbindung
- Eine konzeptionelle Entwicklung und Planung bilden die Vorraussetzung für eine sinnvolle Einbindung
- Experimentelle Aufbauten sind zur Bewertung des durch die Nutzerpartizipation gegebenen Potentials notwendig

Einschränkungen

- Nicht universell einsetzbar
- Kein Allheilmittel (keine Silverbullet)
- Technische Umsetzung zum Teil aufwendig, aber nicht das eigentliche Problem
- Soziale und organisatorische Faktoren stellen das eigentliche Problem der Anwendung dar
 - Innerhalb der Organisation, hier: des Museum Welche Aufgaben können und sollen Besuchern gegeben werden? Wie wird die Lösung dieser Aufgaben von der Organisation akzeptiert?
 - Aus Sicht der Akteure: Auf Grund welcher Motivation m\u00f6chten sich Akteure beteiligen? Wie k\u00f6nnen motivierte und f\u00e4hige Prosumer gewonnen werden?
- Welche Rechte haben Prosumer an den von ihnen erstellten Inhalten?



Der Vortrag wurde gehalten anlässlich der MAI-Tagung 2006 am 18./19. Mai 2006 in der Berlinischen Galerie – Landesmuseum für Moderne Kunst, Fotografie und Architektur

Die Tagung wurde veranstaltet durch das Fortbildungszentrum Abtei Brauweiler Rheinisches Archiv- und Museumsamt LANDSCHAFTSVERBAND RHEINLAND



www.mai-tagung.de

Anmeldung für den Newsletter:

www.mai-tagung.de/MAI-Ling





