

Tausend Tools suchen einen Autor : ein Interview mit Frédéric Godet, Multimedia Berater und Ausbildner, über multimediales Design

Autor(en): **Widmer, Ruedi**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **11 (1998)**

Heft 1-2

PDF erstellt am: **27.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-120772>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Tausend Tools suchen einen Autor

In den Schulen für Gestaltung entstehen Studiengänge für Multimediales Design. Inserate im Stellenanzeiger suchen multimediale Designer. Ruedi Widmer hat sich den werdenden Beruf angesehen und den Designer Frédéric Godet befragt, was denn Designer dieser Art können müssen.

Wer die gestalterische Verantwortung für eine CD-ROM oder für eine Website übernimmt, braucht weder das Wissen noch das Handwerk eines Informatikers, Filmtechnikers, Grafikers oder Kommunikators. Dennoch muss er oder sie die Mitarbeit von Spezialisten so koordinieren können, dass ein Produkt schliesslich den Anspruch auf eine durchgehende Prägung, auf ein schlüssiges gestalterisches «Gedankengut» erheben darf. Man kann ein Produkt dem Taktstock eines «Regisseurs» anvertrauen, wie es z.B. bei der Zürcher Firma MacGuffin üblich ist. Oder man kann, gemäss dem Credo von Mischa Schaub, dem Muttenser Hyperstudio-Verantwortlichen, den souveränen, multimedialen Allrounder verabschieden und stattdessen den multimedialen Designer als Teil einer Gruppe, eines Teams propagieren.

Ein voll gepackter Rucksack

Eine Forderung heisst in jedem Fall: Überzeugendes Multimedia-Design kann vielfältige Ausdrucks- und Leseweisen integrieren. Es verlangt Zusammenhänge, Überblick und Übereinstimmung. Der Multimedia-Designer verfügt über ein Auge und ein Ohr, das in allen wesentlichen gestalterischen Dimensionen zumindest dasjenige eines qualifizierten Zuschauers oder Zuhörers ist. Er unterscheidet wirkungsvolle von holprigen Sätzen, orientierungsfreundliche von überladenen Farbpaletten, diskrete von expressionistischen Lichtführungen, wohlproportionierte von protzigen Schaltflächen, ökonomische von vertrackten Datenstrukturen. Er kann verwinkelte Pfade in offene Räume, starre Informationsladungen in flexible Lernschritte, abrupte Schnitte in weiche Übergänge verwandeln. Er hat eine präzise Vorstellung vom gesamten Körper eines Textes, vom Gesicht genauso wie vom Skelett. Ganz zu schweigen von Grundkenntnissen in Ergonomie, Wahrnehmungspsychologie, Pädagogik, Planung, Marketing und Verkauf. Das setzt ein Denken in übergreifenden Kategorien wie Drehbuch und Partitur, Dra-

maturgie und Innenarchitektur, Redaktion und Didaktik, Kommunikation und Verlegerschaft voraus. All diese Perspektiven kommen in einem gelungenen Multimedia-Produkt zusammen – und verbinden sich. Kurz: Er oder sie muss viel können.

Konzipieren statt handwerken

Kein Wunder also – dem Multimedia-Gewerbe fehlen einzelne Profis oder Teams, die all das verbinden und integrieren können. Die Gründe haben zwar mit der aktuellen Ausbildungssituation zu tun, liegen aber tiefer. Wer heute von Multimedia-Design redet, stellt sich dabei allzu oft einen Spezialisten vor, der einen vorgegebenen Inhalt visuell portioniert und einkleidet. Dabei vergisst er, dass die zentralen Multimedia-Kompetenzen darin liegen, einen Stoff aus verschiedenen Perspektiven zu erfassen und aufzubereiten. Gestaltet werden also in erster Linie Leseprozesse, die überdies immer auch Lernprozesse sind. Ein solches Design kann sich beispielsweise nicht erlauben, Information, Didaktik und Design als lose verbundene Funktionen umzusetzen. Es bedingt Regie, das Zusammenwachsen der Stücke in den Köpfen. Wo die Köpfe (oder die Zeit) dafür fehlen, spielen sich die Programme und Werkzeuge als «Autoren» in eigener Regie ab – und auf: «Director» ist von daher als Name eines der derzeit meistbenutzten Authoring Tools gut gewählt.

Autorenwerkzeug

Authoring Tools – Autorenwerkzeuge – sind Computerprogramme, mit denen sich Bilder, Texte und Töne zu komplexen Texten verarbeiten lassen. Der Name suggeriert die klassische Autorfunktion: ein Werkzeug in der Hand des umsichtig kreierenden Menschen. Authoring Tools offerieren aber ein so grosses Spektrum an Gestaltungsebenen, dass der noble Titel des Autors und Gestalters zum Problem wird. Wie soll er die Spannweite der Aufgaben und Möglichkeiten in Multimedia gestalterisch kontrollieren können?

Illustration: Gabi Kopp



