

1 EXECUTIVE SUMMARY

Patrick Habegger

Obwohl Emotionen im Leben eine wichtige Rolle spielen, wurden sie in der Wissenschaft lange nicht ihrer Bedeutung gebührend untersucht. Als etwas Irrationales galten sie, als störend oder gar suspekt. Dies hat sich in den letzten Jahren grundlegend geändert. So zeigen neue Erkenntnisse der Hirnforschung, dass Emotionen und Kognitionen eng miteinander verwoben sind.

Die Emotionalisierung von E-Learning kann argumentativ von zwei Seiten begründet werden. Einerseits mit einer Steigerung der Attraktivität der E-Learning-Umgebung und andererseits mit einer höheren Lernleistung der Studierenden.

Bei einer Emotionalisierung wird das Produkt mit positiven Emotionen „aufgeladen“. Das Produkt bekommt somit einen gesteigerten emotionalen Wert für den Benutzer. Der Kunde sucht vermehrt Produkte, die Träume, Geschichten, Erlebnisse und Erfahrungen liefern. Gerade bei Software sucht der Kunde emotional stimmige Erlebnisse. Das Erleben von positiven Emotionen, das Gefühl der Kontrolle und Kompetenz bei der Nutzung von E-Learning-Umgebungen sind wichtige Empfindungen.

Eine solche Emotionalisierung von E-Learning führt zu einer gesteigerten Attraktivität von E-Learning-Umgebungen. Es gilt jedoch festzuhalten, dass nicht nur positive Emotionen erzeugt werden sollen, sondern auch negative verhindert bzw. abgebaut werden müssen. Das Lernen kann mit vielen Ängsten und schlechten Erfahrungen verbunden sein. Dem soll bewusst entgegengesteuert werden. Weiter findet das Lernen am Computer statt, dies benötigt gewisse Grundfähigkeiten und Kompetenzen. Frustration und Ärger stellen sich dann ein, wenn ein bestimmtes Ziel trotz Bemühungen nicht erreicht werden kann.

Die gesteigerte Attraktivität der E-Learning-Umgebung kann zwei Effekte bewirken. Erstens ist davon auszugehen, dass attraktive Produkte häufiger und intensiver benutzt werden. Dies führt zu einem individuellen Nutzenvorteil für den Lernenden, der mit einem höheren Involvement und einer grösseren Motivation lernt. Der zweite Effekt steigert den Wert der E-Learning-Umgebung als Ganzes, wenn sie kooperative Lernformen implementiert hat. So funktioniert der Austausch über asynchrone Instrumente wie einem elektronischen Blackboard oder in einem Forum besser, je mehr Personen sich daran beteiligen. Je mehr Personen eine Frage lesen, desto grösser ist die Wahrscheinlichkeit einer Antwort.

Der zweite Vorteil der Emotionalisierung von E-Learning, neben der gesteigerten Attraktivität, ist der Einfluss auf den Lernprozess an sich. In verschiedenen Experimenten wurde belegt, dass Emotionen die Aufmerksamkeit und die Behaltleistung erhöhen.

Zur Emotionalisierung von E-Learning werden in dieser Arbeit drei verschiedene Ansätze dargestellt: didaktische, multimediale und dramaturgische Ansätze der Emotionalisierung.

Der FEASP Ansatz stellt ein didaktisches Modell dar, mit dem die Emotionen Angst, Ärger, Neid, Sympathie und Vergnügen gezielt beeinflusst werden. Ziel ist es, eine emotional stimmige E-Learning-Umgebung zu schaffen und so den Lernenden optimal zu motivieren. Der FEASP Ansatz wurde ursprünglich für den Präsenzunterricht in Schulen entwickelt und erst später auf die Verwendung innerhalb von E-Learning-Umgebungen konkretisiert. Er stellt eine interessante Möglichkeit dar, Emotionen für das E-Learning theoretisch zu durchdringen und zu klassifizieren. Die Emotionalisierung erfolgt über die gezielte Förderung von positiven Emotionen wie Freude und Sympathie und die Verminderung der negativen Emotionen wie Ärger, Neid und Angst. Der Ansatz konzentriert sich auf die für den Lernprozess bedeutsamen Emotionen. Er stellt somit eine rein didaktisch begründete Emotionalisierung von E-Learning dar.

Ein weitere Möglichkeit E-Learning zu emotionalisieren besteht in der Anwendung von Usability-Konzepten, die zu den multimedialen Ansätze gehören. Die Usability hat traditionellerweise die Funktion negative Emotionen wie Frustration und Ärger im Umgang mit Softwareprodukten und Websites zu verhindern. Ziel ist insbesondere die Benutzerführung so zu optimieren, dass die relevanten Informationen schnell und zielgerichtet gefunden werden. Die Websites sollten klar strukturiert sein. In der „reinen Lehre“ der Usability soll auf alle Elemente verzichtet werden, die den Benutzer ablenken könnten oder deren Funktion nicht klar ersichtlich sind. Dieses Postulat ist in zweifacher Hinsicht problematisch. Erstens führt es zu einer fehlenden Individualität der Website. Zweitens sind so die Möglichkeiten einer Emotionalisierung mit beispielsweise verspielten oder überraschenden Elementen beschränkt. Deshalb beginnen Usability Konstrukte positive Emotionen wie Freude und Vergnügen in ihre Betrachtung einzubeziehen.

Multimedia bietet verschiedene Ansatzpunkte zur Emotionalisierung. Insbesondere gilt das für die Schaffung positiver Emotionen wie Freude und Vergnügen. Musik und visuelle Eindrücke sind in unserem Alltagsleben emotional stark besetzt. Greift doch vor allem die Unterhaltungswelt von Fernseher und Film stark auf Emotionen zurück. Deshalb gelten Medien wie Video in der Vorstellungswelt a priori schon als emotionale Medien. Diese Nähe

zur Unterhaltung kann jedoch auch zu negativen Effekten führen. Sie kann eine Anspruchshaltung bewirken, da die visuellen Lerninhalte mit ihren cinematischen „Vorbildern“ konkurrenzieren. Aus didaktischer Sicht kann Multimedia auf den Lernprozess unterstützend als auch behindernd wirken. Der Einsatz von Multimedia führt aus didaktischer Sicht nicht in jedem Fall zu einer besseren Lernumgebung.

Die Aktivierung des Lernenden über emotionale multimediale Elemente steht vielmehr in einem Trade-off zu einer Überaktivierung und damit zu einer Ablenkung vom eigentlichen Lernvorgang. So lässt sich abschliessend keine generelle Gestaltungsempfehlung abgeben. Es muss vielmehr im konkreten Fall entschieden werden, welche Ziele mit einer Lehreinheit verfolgt werden und wie stark dementsprechend Multimedia eingesetzt werden soll.

Ein weiterer Ansatz zur Emotionalisierung bildet die interaktive Dramaturgie. Hier wird mit einer Geschichte, die interaktive Eingriffsmöglichkeiten erlaubt, Lernstoff vermittelt. Er basiert auf der Erkenntnis, dass Wissen durch Geschichten besser gelernt und behalten wird.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass eine Emotionalisierung von E-Learning grundsätzlich einen Nutzen für Lehrende und Lernende darstellt, dass die Ansätze zur Emotionalisierung aber empirisch noch nicht genügend getestet wurde.