

SEMANTIC STORYTELLING

Armin Berger

Geschäftsführer 3pc GmbH Neue Kommunikation, Deutschland, info@3pc.de

KURZDARSTELLUNG: Geschichten erzählen im Netz: Lange Zeit war dies nicht möglich – oder wurde nicht nachgefragt und praktiziert. Das Internet schien zu einer grauen Ödnis datenbanklastiger Oberflächen zu verkommen. Dann kam die Kehrtwende, das Aufkommen von Parallaxe respektive Storytelling. Online-Journalisten bekamen endlich ein Werkzeug in die Hand, um lange Geschichten auf eine emotionale und packende Art und Weise zu erzählen. 3pc ging noch einen Schritt weiter und rief Semantic Storytelling ins Leben – ein Ansatz, der gezieltes Suchen mit explorativer Rezeption kombiniert. Diese neue, vielschichtige Form der Darstellung beschränkt sich nicht auf lineare Erzählstrukturen. Sie vereint das Explorative mit sinnhafter Wissensverknüpfung und ist damit für die Aufbereitung und Online-Präsentation umfangreicher Archivbeständen besonders geeignet.

1. EINFÜHRUNG

Zunehmend stellen Kultureinrichtungen wie Museen, Bibliotheken oder Archive ihr Angebot auch über das Internet zur Verfügung. Bereits katalogisierte Sammlungen müssen dafür aufwändig digitalisiert und für die Internetnutzung aufbereitet werden. Semantische Technologien leisten schon heute gute Dienste, um digitalisierte Archivalien über eine gezielte Online-Recherche auffindbar zu machen. Prominente Beispiele dafür sind virtuelle Bibliotheken wie die Europeana oder die Deutsche Digitale Bibliothek.

Wenn es aber darum geht, das Wissen um das kulturelle Erbe der Menschheit einem breiteren Publikum zu vermitteln, stoßen suchmaschinenbasierte Ansätze an ihre Grenzen. Hier weisen neue digitale Darstellungsformen den Weg, die in jüngster Zeit unter dem Begriff Storytelling in der Welt des Online-Journalismus diskutiert und ausprobiert werden. 3pc hat diesen Trend früh erkannt und darüber hinaus eine gestalterische und technologische Herangehensweise entwickelt, die nachfolgend kurz skizziert werden soll.

2. SEMANTIC STORYTELLING

Längst hat die digitale Revolution auch den Kulturbereich erfasst. Der Einsatz elektronischer Dokumentations- und

Visualisierungstechniken ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden und die Liste teurer und aufwändiger Digitalisierungsprojekte ist lang. Bis heute besteht in vielen Projekten der Hauptzweck der Digitalisierung von Textdokumenten, Bildern, Audio- und Filmaufnahmen vor allen Dingen darin, Kulturgüter in Form eines digitalen Archivs zu bewahren und je nach Nutzungsszenario einem meist kleinen Fachpublikum zugänglich zu machen. Das hat dazu geführt, dass ein Großteil der Digitalisate bis heute nur schwer nutzbar ist. Entsprechende Dateien und Metadaten finden sich immer noch auf physischen Datenträgern wie CD-ROMs oder in benutzerunfreundlichen Datenbankensystemen.

Dieser Entwicklung entgegengesetzt sind der Wunsch und die Aufgabe zahlreicher Kultureinrichtungen, das kulturelle Erbe der Menschheit nicht nur zu bewahren, sondern auch in zeitgemäßer Form einem breiten Publikum bekannt und zugänglich zu machen. Die Herausforderung besteht nun darin - ähnlich dem Kuratieren einer Ausstellung - Einzelobjekte in einen thematischen Kontext zu stellen, der sich einfach erschließt, interessant ist und zur inhaltlichen Vertiefung anregt.

2.1 ARCHIVBESTÄNDE IM NETZ

Vor dem Hintergrund einer absehbaren und vollständigen Vernetzung von Menschen und Maschinen durch das

Internet erscheint es nur logisch, dass sich Kultureinrichtungen mit ihren digitalen Archiven diesem ubiquitären Kommunikationskanal im virtuellen Raum öffnen. Die ausschließliche Speicherung auf Permanentspeichermedien wie CD-ROMs ist dadurch ausgeschlossen und die elektronische Datenhaltung in Form einer Datenbank zwingend.

Damit ist jedoch noch nicht geklärt, wie die archivierten Kulturgüter dem Nutzer präsentiert werden sollen. Klar war in der Vergangenheit lediglich, dass der Zugang über einen Web-Browser durch seine universelle Verfügbarkeit auf unterschiedlichen internetfähigen Geräten der richtige Weg sein würde. So ist es gekommen, dass sich entsprechende Websites in Form und Darstellung auf der Nutzeroberfläche stark an der Informationsstruktur vorhandener Datenbanken orientierten. Hinzu kam, dass zahlreiche HTML-Elemente zur Gestaltung von Websites auf Analogien zu vorhandenen Nutzerschnittstellen von Datenbanken zurückzuführen sind (Tabelle/Listen -> Datenübersicht, Filtern etc.; Formularfeld/Suchschlitz -> Befehlszeile bzw. Datenbankabfrage). Und obwohl in den letzten Jahren die verfügbaren Web-Technologien große Fortschritte im Hinblick auf verbesserte Möglichkeiten zur visuellen Gestaltung erzielt haben, verharren die meisten Webangebote wie Nachrichtenwebsites, Online-Shops oder Social-Media-Plattformen in einer starren Oberflächenstruktur, die Informationen gemäß vorhandener Datenbankkategorien sortiert und darstellt (in der Regel als eine Kombination von Formularfeldern und sortierten Listen).

Was bedeutet das nun für die Präsentation von Archivbeständen im Netz? Umfangreiche Archive sind per se informationslastig und aus Sicht vieler Nutzer ist eine gute Durchsuchbarkeit solcher Datenbestände hinsichtlich des eigenen Erkenntnisinteresses ein wichtiges Kriterium. Fortschritte im Bereich sogenannter semantischer Technologien - im engeren Sinne Technologien des Semantic Web als Erweiterung des World Wide Web [1] - zeigen hier bereits erste Erfolge. Stellvertretend dafür stehen die eingangs bereits erwähnten virtuellen Bibliotheken wie die Europeana oder die Deutsche Digitale Bibliothek. Sie bieten dem Benutzer umfangreiche Funktionalitäten für eine

gezielte Suche und helfen inhaltlich relevante Querbezüge zu anderen Quellen und Objekten herzustellen. Woran es diesen Angeboten jedoch mangelt ist ein explorativer Zugang, der das Interesse des Nutzers anregt und zur spontanen Vertiefung einlädt. Lösungsansätze für dieses Nutzungsszenario finden sich im Bereich des digitalen Publizierens. Insbesondere die großen Nachrichtemedien arbeiten derzeit fieberhaft daran, ihr analoges Geschäftsmodell in die digitale Welt hinüberzuretten. Ziel ist es unter anderem, sich durch ein hochwertigeres digitales Angebot von den herkömmlichen Newsartikeln auf Basis von Agenturmeldungen abzugrenzen, um die Monetarisierungsmöglichkeiten durch kostenpflichtige Leserabos und attraktivere Anzeigenflächen zu verbessern. Diese neuen digitalen Publikationsformate lassen sich trotz ihrer unterschiedlichen Ausprägungen in der Gestaltung und der Verwendung verschiedener Medienformate (Text, Audio, Video und interaktive Grafiken) unter dem Begriffe Story Telling zusammenfassen.

2.2 NEUE ÄRA DES DIGITALEN PUBLIZIERENS

Eine Schneelawine in den USA trat 2013 eine digitale Lawine im Netz los. Anlass war das Projekt „Snow Fall“ der New York Times. Der Hintergrund: Bei einem Lawinenunglück im Februar 2012 in den USA kamen vier Extremsportler ums Leben. Der amerikanische Sportjournalist John Branch schrieb darüber eine Reportage, die in der New York Times als aufwändiges Online-Feature „Snow Fall“ veröffentlicht wurde [2]. Er läutete damit eine neue Ära für das digitale Publizieren im Netz ein: Storytelling - Geschichten erzählen im Netz.

Bei diesem Publikationsformat bewegt sich der Leser durch eine linear erzählte Geschichte, die in einem Zusammenspiel von Texten, Bildern, Karten und Animationen aufbereitet ist. Die multimedialen Elemente werden auf natürliche Weise in den erzählerischen Kontext gebettet und bilden ein perfektes Arrangement medialer Ausdrucksformen. Snowfall war ein großer Erfolg und hat einen nachhaltigen Eindruck in der Medienbranche hinterlassen. „[...] Diese Geschichte hat eine ganze Branche wachgerüttelt – eben weil sie eigentlich gebräuchliche digitale Versatzstücke neu kombiniert, um auf packende

Weise eine lange, facettenreiche Geschichte zu erzählen,” so beispielsweise Jochen Wegner, Chefredakteur von Zeit Online [3]. Was folgte sind zahlreiche ähnlich Formate, die in Deutschland insbesondere auch von den öffentlich-rechtlichen Medienanstalten in Form von sogenannten Multimedia-Reportagen angeboten werden [4].

2.3 SEMANTIC STORY TELLING ALS NEUER ANSATZ

Was bedeutet Storytelling für die Zukunft des digitalen Publizierens? War „Snow Fall“ ein kurzfristiger Trend oder verbindet sich hiermit eine langfristige Entwicklung? 3pc hat hierauf eine klare Antwort gefunden und die Idee um eine wichtige Komponente erweitert: Die Zukunft gehört dem Semantic Storytelling, ein Mix aus Storytelling und Semantic Web. Dieses Konzept eignet sich insbesondere zur Aufbereitung klassischer Archivbestände und zeichnet sich durch einen ebenso narrativen wie explorativen Ansatz aus.

Der konzeptionelle Ansatz von Semantic Storytelling erobert zunächst einmal die volle visuelle Aufmerksamkeit für jedes Objekt zurück. Das Objekt steht wieder im Vordergrund und entfaltet hierüber seine Präsenz und Wirkung. Im Kontext zueinander wird das dargebotene Objekt verständlicher und erschließt sich sowohl auf einer rationalen als auch emotionalen Ebene. Zusätzlich wird es über semantische Verknüpfungen in Erzählstränge und Zusammenhänge eingebettet, die sich dem Betrachter explorativ erschließen. In diesen Strängen sind erzählerische Abzweigungen möglich, so dass sich neue Narrationen und Beziehungen ergeben.

Diese Kombination aus Fokussierung und Kontextualisierung schafft völlig neue Ausdruckformen, die die klassische deskriptive Darstellung der Archivbestände in den nächsten Jahren nach Einschätzung von 3pc revolutionieren werden. 3pc arbeitet derzeit an zwei Projekten im Kulturbereich (Film- bzw. Aktenarchiv), die das innovative Oberflächendesign des Semantic Storytellings bereits umsetzen. Innovativ sind diese Webangebote nicht nur durch die bereits erwähnten Gestaltungsprinzipien im Bereich des Storytellings. Sie verfügen darüber hinaus über eine Suchfunktion, deren Usability im Vergleich zu herkömmlichen

Suchmaschinenoberflächen stark verbessert wurde wie bspw. ein Zeitstrahl und eine semantisch gesteuerte Kategoriauswahl zur Einschränkung der Suchergebnisse.

Doch was an der Oberfläche ein involvierendes Nutzererlebnis schafft, stellt auf redaktioneller Ebene eine neue Herausforderung für das Kuratieren digitaler Inhalte dar. Völlig offen ist, welche Lösungen die richtigen sein werden. Hier die passenden Kuratierungswerkzeuge zu entwickeln, hat sich 3pc für die Zukunft auf die Fahnen geschrieben.

3. ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Wie gezeigt werden konnte, lassen sich neue erzählerische Ansätze aus dem Bereich des digitalen Publizierens auch für die Anforderungen von Kultureinrichtungen fruchtbar machen. Als Kombination von Storytelling und Semantic-Web-Technologien ist Semantic Storytelling ein innovatives Konzept, um umfangreiche Sammlungen digitalisierter Kulturgüter zielgruppengerecht einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Neben den neuen Gestaltungsprinzipien spielt der Einsatz semantischer Technologien in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle. Die semantische Aufbereitung vorhandener Archivbestände ist aufwändig, teuer und in der Regel nur von speziell ausgebildeten Wissensarbeitern zu leisten. Gleichzeitig mangelt es an geeigneten Kuratierungswerkzeugen, die einen effizienten und flexiblen Redaktionsprozess für diese Art der Informationsaufbereitung ermöglichen. 3pc ist deshalb seit geraumer Zeit im Berliner Innovationsforum Semantic Media Web [5] aktiv, das sich zum Ziel gesetzt hat, die Potenziale semantischer Technologien für die Verwendung in der Kultur- und Medienbranche zu erschließen. In diesem Zusammenhang engagiert sich 3pc auch in einem erweiterten Projektkonsortium aus Unternehmen und Forschungseinrichtungen, das die Entwicklung einer Plattform für digitale Kuratierungswerkzeuge mithilfe öffentlicher Forschungsgelder anstrebt.

4. REFERENZEN

[1] https://de.wikipedia.org/wiki/Semantisches_Web

- [2] The New York Times, Snowfall,
<http://www.nytimes.com/projects/2012/snowfall/#!/?part=tunnel-creek>
- [3] Wegener, Jochen: "Wir bauen das erste Investigativ-Ressort einer deutschen Online-Redaktion auf". In: W&V, 24.06.2013,
http://www.wuv.de/digital/jochen_wegner_wir_bauen_das_erste_investigativ_ressort_einer_deutschen_online_redaktion_auf
- [4] Vgl. z. B. <http://www.journalist.de/ratgeber/handwerk-beruf/tipps-fuer-den-berufsalltag/onlinejournalismus-die-12-besten-multimediareportagen-2013.html>
- [5] <http://www.semantic-media-web.de/>