

IM BLICKPUNKT: Digital Storytelling



Das Warum
Die Historie
Der Weg
Der professionelle Einsatz





Digital Storytelling

„Digital storytelling refers to a short form of digital film-making that allows everyday people to share aspects of their life story.“

Wikipedia

(Digital Storytelling bezeichnet eine Kurzform der digitalen Filmproduktion, die es jedermann ermöglicht, Teile der eigenen Lebensgeschichte weiterzugeben.)

„Short, personal multimedia tales told from the heart.“

Daniel Meadows

(Kurze, persönliche Multimedia-Geschichten, die von Herzen kommen.)

Die Digital Story kombiniert erzählende Elemente mit digitalen Inhalten. Sie kann zu beliebigen Themen herangezogen werden, wird in der Regel aus einem individuellen und teilweise sogar sehr persönlichen Blickwinkel erzählt und hält sich an bestimmte Formate oder Regeln.

Digital Storytelling kann verwendet werden

- für persönliche Geschichten
- in der Schul- und Hochschulbildung
- für kulturelle und historische Projekte und Chroniken
- für gesellschaftliche Anliegen
- für allgemeine und spezielle Aufklärung
- im journalistischen Umfeld.

Die Stärken des Storytelling liegen in der Authentizität und der Glaubwürdigkeit, die durch die sehr persönliche Erzählweise entstehen und transportiert werden. Hinzu kommt die gute Verständlichkeit der Geschichten, die gerade durch eine starke Reduzierung der verwendeten Texte, Bilder und Filme herbeigeführt wird. Hierdurch ist es möglich, selbst komplexe Sachverhalte und Themen auf ein einfaches und nachvollziehbares Maß herunterzubrechen.

Das Warum

In den letzten Jahren hat sich die Methode des Digital Storytelling stark verändert und deckt nun ein immer größeres Themenspektrum ab. Neue Ansätze und

Projekte zeigen vielfältige Anwendungsmöglichkeiten zu Themen wie Nachhaltigkeit, E-Learning, Integration bis hin zur Verwendung dieses Formats in digitalen Lebensläufen. Immer häufiger wird das digitale Geschichtenerzählen in Projektabläufe integriert oder sogar zum Hauptbestandteil gemacht. Der Nutzen und die Effektivität dieser Art der Wissensvermittlung macht Storytelling zum idealen Instrument sowohl für Medieneinsteiger als auch für professionelle Medienschaffende.

Dabei sind dem Einsatzbereich kaum Grenzen gesetzt und aktuelle Ideen zeigen, dass auch zukünftig mit gesteigertem Interesse an dieser Thematik zu rechnen ist. Digital Storytelling findet seinen Weg quer durch alle gesellschaftlichen Schichten und überzeugt den Betrachter im privaten Onlinevideo genau so wie in einer professionellen Dokumentation oder einem Lehrfilm. Die ureigene Neigung jedes Menschen, sich mitzuteilen und seine eigenen Erfahrungen weiterzugeben, hat damit ein weiteres leistungsfähiges Werkzeug.

Die Historie

Die ersten Digital Storyteller waren der amerikanische Dokumentarfilmer Ken Burns, Dana Atchley und Joe Lambert vom „Center for Digital Storytelling“ in San Francisco und der britische Fotograf Daniel Meadows. Ken Burns setzte in seinem Dokumentarfilm „The Civil War“ aus dem Jahre 1990 schon sehr früh auch Methoden des Digital Storytelling ein, indem er zum Beispiel die über 16.000 benutzten Bilder und Zeitungsausschnitte für die Dokumentation animierte und heranzoomte. Dabei entsteht für den Betrachter des fertigen Filmes der Effekt eines bewegten Bildes. Dieser Effekt, der heute sehr häufig in Digital Stories zu finden ist, wird deshalb auch der Ken Burns-Effekt genannt.

Dana Atchley nutzte als einer der ersten die Definition „short narrated films“ (kurze erzählte Filme) für Digital Stories und erzählte von ihm selbst produzierte persönliche Geschichten teilweise direkt vor Publikum auf einer Bühne. Zusammen mit Joe Lambert vermittelte er die Methoden des Digital Storytelling in klassischen

Storytelling-Workshops und arbeitete auch mit Firmen wie Coca-Cola, PricewaterhouseCoopers, Apple Computer, Adobe oder Pinnacle Systems zusammen.

Daniel Meadows, der als Fotograf und Lehrer arbeitete, brachte das Digital Storytelling nach Europa, etablierte es in Großbritannien und war der Creative Director des „Capture Wales“-Projektes der BBC. Er reiste bereits 1973 bis 1974 in einem alten Doppeldecker-Bus durch England und fotografierte dabei kostenlos Menschen, die er traf und die er auch ihre Geschichten erzählen ließ. Im Jahr 2000 entdeckte Meadows während einer Forschungsreise in die USA das Digital Storytelling und veröffentlicht auf seiner Homepage auch jene Geschichten mit Fotos aus den 70er Jahren.

Capture Wales war ein Digital Storytelling-Projekt der BBC und dauerte von 2001 bis 2008. Während dieser Zeit wurden in monatlich stattfindenden Workshops Einwohner aus dem gesamten Land geschult, ihre persönlichen Geschichten zu produzieren. Rund 600 Stories wurden auf der BBC-Webseite veröffentlicht und verhalfen dem Projekt zum Gewinn zahlreicher Preise.

Der Weg

Digital Storytelling wird üblicherweise in sogenannten Intensivworkshops mit zehn bis zwölf Teilnehmern durchgeführt, während derer diese ihre Geschichten über einen Zeitraum von vier bis fünf Tagen gemeinsam erarbeiten und produzieren.

Am Beginn eines jeden Workshops steht eine kurze Einführung in das Thema und die Methode sowie die Präsentation fertiger Stories aus anderen Workshops, um einen ersten Eindruck in die Materie und in Ideen zu vermitteln. Anschließend folgen Aktivitäten, welche dazu dienen, die Teilnehmer miteinander bekannt zu machen und die Atmosphäre des gesamten Workshops zu lockern.

Storycircle

Der nun folgende Storycircle soll allen Teilnehmern helfen, falls nicht schon geschehen, die eigene Geschichte zu finden und grob zu strukturieren. Dabei werden

Methoden des kreativen Schreibens, Gruppenarbeiten sowie einfache spielerische Elemente kombiniert. Das Ziel hierbei ist es, ein Thema für sich zu finden und dieses auf eine möglichst einfache und verständliche Kernaussage zu reduzieren. Üblicherweise werden in Workshops dieser Art Digital Stories mit einer Länge von ungefähr zwei bis drei Minuten beziehungsweise 200 bis 300 Wörtern produziert, wobei ein Problem vieler Teilnehmer die Reduktion ihrer Erzählung auf eben dieses einfache und prägnante Format ist.

Auf Grund der Tatsache, dass es sich bei vielen Geschichten um private und teils sehr persönliche Inhalte handelt, bleibt jedem Teilnehmer die Veröffentlichung seiner Produktion selbstverständlich freigestellt, denn einer der wichtigsten Grundsätze eines jeden Storycircles lautet: „What’s said in the circle, stays in the circle“ (was im Kreis gesagt / besprochen wurde, bleibt im Kreis). Gerade dieser sensible Umgang mit den Erzählungen der Workshopteilnehmer ist wichtig für den gesamten Produktionsprozess und sorgt letzten Endes auch dafür, dass fast alle Digitalen Geschichten tatsächlich zur Veröffentlichung freigegeben werden.

Schreibprozess

Im Anschluss an den Storycircle werden die Geschichten jedes Teilnehmers geschrieben und das entsprechende Storyboard erstellt, wobei hierzu eine professionelle Software genutzt werden kann, eine in zwei Spalten geteilte Seite einer Textverarbeitungssoftware (links der Text und rechts daneben die dazugehörigen Bilder) allerdings den gleichen Zweck erfüllt und wesentlich einfacher zu bedienen ist. An dieser Stelle kommen somit zum ersten Mal die Geschichte und die Bilder zusammen, wobei nicht jeder Storyteller bereits über Bilder verfügt und dementsprechend selbstverständlich auch Skizzen oder beschreibende Texte des späteren Bildes ausreichend sind. Fehlendes Material kann im Laufe des Workshops selbst fotografiert, aus rechtfreien Aufnahmen im Internet gesucht oder aber auch mit anderen Teilnehmern getauscht werden. Auf diese Weise werden der Umgang mit diversen Medien anschaulich geschult und auch die Problematik des Urheberrechts erläutert.





Der Vorgang des Schreibens findet in der Regel als Einzelarbeit statt, wobei der beziehungsweise die Trainer betreuend im Raum zur Verfügung stehen. Es ist jedoch jedem Storyteller selbst überlassen, auch diesen Prozess in kleinen oder größeren Gruppen durchzuführen.

Prinzipiell ist einer der Grundgedanken eines Storytelling-Workshops, dass alle Teilnehmer während des gesamten Workshops gemeinsam arbeiten, viel miteinander kommunizieren und auch die Zeit außerhalb der eigentlichen Produktionsstunden als Gruppe verbringen. Aus diesem Grunde ist die Durchführung des Workshops an einem Ort, an dem sich möglichst alle Teilnehmer über den gesamten Zeitraum (zum Beispiel ein Tagungshotel) gemeinsam aufhalten, zwar nicht zwingend notwendig, jedoch stärkt dieser Umstand die Gruppenzusammengehörigkeit, welche sich in der Regel positiv auf die Stimmung der Teilnehmer auswirkt und letztlich auch die Qualität der produzierten Geschichten fördert.

Audio und Video

Nach dem Schreibprozess werden die Inhalte vertont, wobei jeder Teilnehmer seine eigene Geschichte von einem Trainer betreut aufnimmt. Dieser Vorgang sollte von mindestens zwei Trainern mit Sachkenntnis im Bereich Audioaufnahmen durchgeführt werden, da erfahrungsgemäß eine gewisse Unsicherheit der Teilnehmer bezüglich der Aufnahme ihrer Sprechstimme besteht. Die Produktion der Geschichten bis zu diesem Zeitpunkt sollte nicht länger als zwei bis maximal zweieinhalb Tage dauern, damit ca. ein bis anderthalb Tage für die Arbeit mit der Videoediting-Software zur Verfügung stehen.

Bereits vor einem Workshop sollten die Trainer beziehungsweise Veranstalter klären, welche Software zum Einsatz kommt und ob alle Storyteller die gleiche Software verwenden. Prinzipiell ist auch der Einsatz unterschiedlicher Software innerhalb eines Workshops denkbar, da es jedem Teilnehmer die Möglichkeit einräumt, auf bereits vorhandenen Kenntnissen aufzubauen; allerdings stellt diese Vielfalt für viele Trainer ein Problem dar, da sie nicht mit allen eingesetzten Programmen umgehen können.

Zu Beginn der Editing-Phase des Workshops sollte eine kurze, nicht zu detaillierte Einführung in den Gebrauch der Software gegeben werden. Weniger ist an dieser Stelle mehr und zu viele Fachbegriffe verwirren gerade unerfahrene Nutzer. Erfahrungen zeigen, dass bei einfachen Programmen maximal 15 bis 20 Minuten ausreichend sind, um die Grundwerkzeuge zu erklären, und dass die Teilnehmer sich im Laufe des Editierens dann selbständig weiter in die Software einarbeiten. Es ist unerlässlich, dass während des Editierens permanent Trainer betreuend zur Verfügung stehen. Weiterhin ist es sinnvoll, die Teilnehmer zur gegenseitigen Hilfe zu motivieren und eine erste Version der Geschichte zunächst „grob“ zu schneiden, um selbst einen Eindruck zu gewinnen und erst später das Fine-Tuning vorzunehmen.

Es zeigt sich, dass sich die User mit fortschreitender Nutzung der Software sehr schnell viel mehr zutrauen und Neues ausprobieren. Ein wesentlicher Vorteil moderner Editing-Software liegt hierbei in der non-destruktiven Arbeit, so dass der Nutzer fast jeden Arbeitsschritt rückgängig machen kann und niemals das Ausgangsmaterial verändert. Das verleiht Sicherheit und nimmt die „Angst vor dem Unbekannten“. Diese Tatsache und die einfache Bedienbarkeit aktueller Hardware sind sicherlich Gründe für den rasanten Zuspruch, den Digital Storytelling heutzutage erhält.

Hard- und Software

Bei der Wahl der Software stehen diverse Produkte in verschiedenen Preisbereichen und zu unterschiedlichen Plattformen zur Verfügung (siehe Software-Links). Hierbei finden sich Lösungen, welche aus separaten Audio- und Bild-/Videoeditoren bestehen, oder welche die Audio- und Videobearbeitung in einem Programm vereinen. Für die Trainer ist es unerlässlich, sich im Vorfeld eines Workshops intensiv in die Nutzung der Software einzuarbeiten, um gerade unerfahrenen Nutzern in jeder Situation mit Rat und Tat zur Seite stehen zu können, dem oftmals anfänglich vorhandenen Gefühl der Überforderung durch die Vielzahl der Funktionalitäten entgegenzuwirken und andererseits dem Lernenden die Angst zu nehmen, diese Software niemals beherrschen zu können.

Eine weitere Entscheidung ist bezüglich der zu nutzenden Hardware zu treffen. Grundsätzlich gilt, dass die Hardware in aktuellen Notebooks und Desktop-Rechnern mehr als ausreichend ist, um Digitale Geschichten in High Definition-Formaten, zum Beispiel 1280x720 Pixel oder 1920x1080 Pixel, zu produzieren. Die Nutzung von Tablet-Computern oder Smartphones ist jedoch an einigen Stellen noch gewissen Einschränkungen unterlegen, so dass diese zwar in den Produktionsprozess integriert werden können, detailliertere Arbeiten allerdings nicht immer möglich sind.

Da eine Digital Story zum großen Teil von der Stimme des Erzählers lebt, und um eine möglichst hohe Qualität der Audio-Aufnahmen zu erreichen, ist auch hier die Nutzung spezieller Audiodevices empfehlenswert. Es existieren zahllose Alternativen aus verschiedenen Preisregionen.

Den Abschluss eines Digital Storytelling-Workshops bildet üblicherweise das sogenannte Screening. Bei dieser finalen Präsentation aller Filme haben sowohl der Trainer als auch der Teilnehmer selbst die Möglichkeit, etwas über die Idee des Films, die Entstehung und die Hintergründe der Produktion zu erzählen, bevor die Digital Story der Gruppe vorgeführt wird. Das Screening dient damit gleichermaßen als kurzes Resümee des Workshops.

Der professionelle Einsatz

Damit man gute digitale Geschichten erzählen kann, ist es wichtig, sowohl Texterstellung als auch Technik zu beherrschen. Gute Inhalte sollten auf eine Weise verkürzt werden, die die Spannung erhält und dennoch Informationen beziehungsweise das Anliegen vermittelt. Die Auswahl und der Einsatz des verwendeten Bild- beziehungsweise Filmmaterials sollen die Geschichte unterstützen. Genau dieser Ansatz macht Digital Storytelling auch für Profis interessant, da der Reporter hier die Möglichkeit hat, seine persönlichen Erfahrungen einzuarbeiten oder der Fotograf seinen speziellen Blickwinkel der Ereignisse präsentieren kann.

Eine professionelle Herangehensweise an eine subjektive Geschichte kann neue Formen der Darstellung erzeugen, wobei subjektiv nicht wertend bedeutet. Eben die Subjektivität, erreicht durch eine eigene Erzählung oder durch die Erzählung eines Interviewpartners, verbunden mit der starken Reduktion des Inhalts auf möglichst eine Kernaussage bilden die Stärke der Digital Story. Diese Kombination aus Klarheit und Authentizität ermöglicht die Vermittlung selbst sehr komplexer oder abstrakter Themen und erreicht hohe Akzeptanz, Wirkung und Verständlichkeit.

Digital Storytelling bietet somit sowohl dem Profi als auch dem Laien ausreichenden Spielraum zum überzeugenden und als ehrlich wahrgenommenen Angebot von Informationen und zur Übermittlung von An-

liegen und „Botschaften“ auf digitalem Wege. Eine solche Geschichte kann schnell und unkompliziert hergestellt und dementsprechend in kurzer Zeit publiziert werden, bietet jedoch auch erfahrenen Produzenten eine adäquate Möglichkeit, hochwertige Filme zu realisieren.

Software-Links

Storyboarding

- Bei Celtx handelt es sich um eine professionelle Storyboarding-Software beziehungsweise einen Online-Service für Windows, Mac OS, Linux, Android und iOS. Eine kostenlose Desktopversion kann heruntergeladen werden.
www.celtx.com
- Apache Open Office ist ein klassisches freies Officeprogramm für Windows, Mac OS und Linux.
www.openoffice.org

Bildbearbeitung

- Bei Gimp handelt es sich um ein kostenloses und freies Bildbearbeitungsprogramm für Windows, Mac OS und Linux.
www.gimp.org

Audioediting

- Mit dem kostenlosen und freien Audioeditor Audacity für Windows, Mac OS und Linux kann der gesamte Schnitt des Audiomaterials erledigt und danach in einer anderen Software weiterverarbeitet werden.
<http://audacity.sourceforge.net>

Andere, allerdings nicht kostenlose, Audioeditoren sind zum Beispiel Audition von Adobe oder Sound Forge von Sony, die jeweils sowohl für die Windows- als auch für die Mac-Plattform erhältlich sind.

- Audition.
www.adobe.com/products/audition.html
- Sound Forge Pro und die günstigere Variante Sound Forge Audio Studio.
www.sonycreativesoftware.com/audiostudio
www.sonycreativesoftware.com/soundforgepro
www.sonycreativesoftware.com/soundforgepromac

Slideshow

- Programme wie Microsoft Photostory oder Soundslides erstellen sogenannte Slideshows und stellen eine eher reduzierte Möglichkeit des Editings dar. Sie verfügen lediglich über eine Audiospur und eine Bildspur und bieten keine Videointegration. Diese Reduktion erlaubt jedoch ein auch für Neulinge geeignetes Arbeiten und erzeugt schnelle Resultate. Allerdings ist in vielen Fällen zur Erstellung der kompletten Geschichte weitere Software erforderlich, da innerhalb des Programms keine Nachbearbeitung zum Beispiel der Audiospur oder der Bilder vorgenommen werden kann und damit sowohl ein separater Audio- als auch ein Fotoeditor unumgänglich sind.

Microsoft Photostory.

Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/850265

Soundslides.

<http://soundslides.com>

Einige Digital Stories

- Ken Burns on Story.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/160574
- „Home Movies“ von Dana Atchley.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/934755
- „The Shop on Greame Street“ von Daniel Meadows.
www.photobus.co.uk/?id=539
- Eine etwas andere Art, eine lange Geschichte zu verkürzen (Audio und ein Bild): „First Love and 27 Other Firsts“.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/369955
- Digital Storytelling zum Thema Klimawandel: „Farming changes - Heather's Story“.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/547572
- „If it's good for the planet ...“ von Alexis Bartrina.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/752861
- „A little prayer“ von Tony Pugh.
<http://vimeo.com/51136341>
- „Kindheit Punkt EXE“ von Tobias Streblow.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/891668

Videoediting

Programme, die das Editieren von Bild-, Film- und Tonhalten ermöglichen, existieren in großer Zahl, sind jedoch meist nicht für alle Plattformen verfügbar oder sehr kostspielig, und es erfordert eine gewisse Einarbeitungszeit, bis man als Benutzer zu brauchbaren Ergebnissen gelangt. Allerdings lassen diese Programme dann auch die Nutzung und Erstellung von kompletten Video- und Filmbeiträgen zu und sind auch für Fortgeschrittene interessant.

Für Einsteiger im Preissegment bis 100 Euro finden sich dort zum Beispiel:

- Sony Vegas Movie Studio.
www.sonycreativesoftware.com/moviestudiope
- Adobe Premiere Elements.
www.adobe.com/products/photoshop-premiere-elements.html
- Magix Video easy und Video deluxe.
www.magix.com
- Grass Valley Edius Neo.
www.grassvalley.com/products/edius_neo_3.5
- Pinnacle Studio.
www.pinnaclesys.com
- Avid Studio.
www.avid.com/de

Von den meisten Programmen existieren kostenlose Testversionen, so dass es problemlos möglich ist, sich die Software herauszusuchen, mit der man am besten arbeiten kann. Fast alle hier erwähnten Videoeditoren sind ebenfalls als Profiversion erhältlich und bieten auch ein nachträgliches Upgrade an.

Kostenlose oder sogar freie Videoeditoren sind rar und meistens nicht sehr einfach zu bedienen oder zu installieren. Dennoch können sie sehr hilfreich sein wie zum Beispiel:

- Kdenlive (Linux / Mac OS / FreeBSD).
www.kdenlive.org
- Lightworks.
www.lwks.com

Weitere Informationen

- Digital Storytelling Informationen, Trainer und Geschichten.
www.digital-storytelling.info
- Webseite von Dana Atchley.
www.nexttext.com

- Webseite von Daniel Meadows.
www.photobus.co.uk
- Capture Wales Project.
Kurzlink: www.grimme-institut.de/d/788923
- Center for Digital Storytelling.
www.storycenter.org
- Educational Use – University of Houston.
<http://digitalstorytelling.coe.uh.edu>
- Historias Digitales del Uruguay.
www.hduy.edu.uy
- Nachhaltigkeit und Klimawandel.
www.projectaspect.org
- DeTALES (ein Digital Storytelling-Projekt).
www.detales.net
- KVALUES (ein Digital Storytelling-Projekt).
www.kvalues.eu
- Digital Storytelling auf dem Global Media Forum der Deutschen Welle 2013.
<http://dw.de/p/195DL>
<http://dw.de/p/17sxJ>

Impressum

Die Erstellung dieser Broschüre wurde von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert. Sie kann kostenlos unter www.grimme-institut.de/imblickpunkt heruntergeladen werden.

Grimme-Institut
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH
Eduard-Weitsch-Weg 25 · D-45768 Marl
Tel: +49 (0)2365 9189-0 · Fax: +49 (0)2365 9189-89
E-Mail: info@grimme-institut.de
Internet: www.grimme-institut.de

Text: Guido Kowalski
Redaktion: Annette Schneider
Gestaltung und Layout: Georg Jorczyk
Bildquelle: Guido Kowalski / Grimme-Institut

Redaktionsschluss: November 2013



ClimatePartner
klimaneutral
Druck | ID: 10956-1311-1005